

**PERBANDINGAN LOYALITAS KONSUMEN PADA  
PLATFORM NIMOTV DAN FACEBOOK GAMING DI  
WILAYAH JAKARTA**

**TUGAS AKHIR**



**GANDI NENAZ NAZZALNA**

**1161001098**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2021  
PERBANDINGAN LOYALITAS KONSUMEN PADA  
PLATFORM NIMOTV DAN FACEBOOK GAMING DI  
WILAYAH JAKARTA**

# **TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Ilmu  
Sosial**



**GANDI NENAZ NAZZALNA**

**1161001098**

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


## HALAMAN PENGESAHAN ORISINILITAS

---

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

Nama : Gandi Nenaz Nazzalna

NIM : 1161001098

Tanda Tangan : 

Tanggal : 10 Agustus 2022

## HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

---

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Gandi Nenaz Nazzalna  
NIM : 1161001098  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Perbandingan Loyalitas Konsumen Pada Platform  
Nimo TV Dan Facebook Gaming Di Wilayah 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 : Ir Aurino Ra Djamaris, MM

()

Penguji I : Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D.  
( )

()

Penguji II : Raden Aryo Febrian, S.M., M.M.

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 26 Juli 2022

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Perbandingan Loyalitas Konsumen Pada Platform Nimo TV Dan Facebook Gaming Di Wilayah Jakarta” tepat pada waktunya. Adapun tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie, Jakarta. Penulis menyadari tanpa adanya bantuan dari beberapa pihak, laporan magang ini tidak akan mungkin dapat terselesaikan dengan lancar dan baik.

Dalam penulisan laporan ini penulis banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan oleh berbagai pihak yang selalu memberikan motivasi maupun arahan, sehingga tugas akhir ini dapat penulis selesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan mendampingi penulis selama penyusunan tugas akhir ini diantaranya :

1. Keluarga penulis khususnya Bapak, Mamah, Kaka, dan Adik yang selalu memberikan dukungan baik emosional maupun *financial* serta motivasi, semangat, dan doa sehingga penyusunan tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Bapak Dr.Ir. B.P. Kusomo Bintoro, M.B.A dan Ir Aurino RA Djamaris, M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang memberikan banyak perhatian, saran, dan arahan dari awal penyusunan tugas akhir sampai dengan selesainya penyusunan tugas akhir ini.
3. Selaku pembahas tugas akhir Bapak Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D. dan Bapak Raden Aryo Febrian, S.M., M.M. yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan masukan sehingga skripsi ini dapat dibuat dengan baik.

4. Dosen-Dosen program studi Manajemen yang telah memberikan ilmu, pengalaman, saran, dan dukungan selama penulis mengemban ilmu di Universitas Bakrie.
5. Teman-teman terdekat: Rafiolla Prisca, Ratna Budiarti, Moh Riza Alfandi, Dimas Aliyafi, Faris Rayhan, Ilham dan Ferry Marizal . Terima kasih untuk dukungan serta selalu ada untuk memberikan semangat dan masukan yang sangat membantu penyelesaian tugas akhir ini.
6. Teman-teman Manajemen angkatan 2016. Terima kasih telah membantu penulis dalam segala hal selama penulis melakukan perkuliahan di Program Manajemen Universitas Bakrie.
7. Pihak-pihak lain yang belum disebutkan di atas. Mohon maaf jika tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih atas segala yang telah kalian berikan.

Karena kebaikan semua pihak yang telah penulis sebutkan diatas, maka penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan sebaik-baiknya. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak. Penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Jakarta, 26 Juli 2022



Gandi Nenaz Nazzalna

**PERBANDINGAN LOYALITAS KONSUMEN PADA  
PLATFORM NIMOTV DAN FACEBOOK GAMING DI  
WILAYAH JAKARTA**

Gandi Nenaz Nazzalna

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini termasuk kedalam penelitian kuantitatif dengan metode One Sample Kolmogorov Smirnov ( uji T-Independent) bertujuan untuk mengetahui perbandingan *loyalitas pelanggan* pada *platform Nimo TV dan Facebook Gaming* di wilayah Jakarta. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna/penikmat video game live streaming di Jakarta. Metode pengumpulan data primer dilakukan dengan observasi serta menyebarkan kuesioner menggunakan platform googleform kepada 102 orang responden berdasarkan kriteria yaitu pengguna/penikmat video game live streaming yang berdomisili di Jakarta dengan kisaran umur 17-30 Tahun dan pengguna/penikmat video game live streaming sedangkan pengumpulan data sekunder dilakukan dengan studi literature.

Berdasarkan hasil penelitian, pengguna/penikmat platform Nimo TV dan Facebook Gaming perbandingan loyalitas konsumen responden hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji TIndependent dimana terdapat memiliki rata-rata 77,549 sedangkan platform Facebook Gaming memiliki rata-rata 72,176. Hal ini menggambarkan bahwa terdapat selisih 5,373 antara kedua platform tersebut, lalu diperkuat dengan hasil dari uji t independen pada penelitian ini dengan hasil nilai signifikansi  $0,014 < 0,05$  sehingga hipotesis ( $H_1$ ) tidak ditolak (diterima). Hasil ini juga membuktikan bahwa terdapat perbedaan loyalitas antara platform NimoTV dengan platform Facebook Gaming dimana pengguna platform NimoTV dapat dikatakan lebih loyal karena memiliki rata-rata lebih besar dibanding Facebook Gaming. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji variabel lain diluar penelitian ini dan tidak terbatas hanya pada

pengguna/platform video game live streaming di Jakarta saja melainkan di perluas dengan kriteria yang dipersempit supaya hanya fokus terhadap 1 kriteria utama responden.

**Kata Kunci : Esport, Streaming, Loyalitas Konsumen**  
**COMPARISON OF CONSUMER LOYALTY**  
**ON NIMOTV AND FACEBOOK GAMING PLATFORMS IN THE**  
**JAKARTA AREA**

Gandi Nenaz Nazzalna

---

***ABSTRACT***

*This research is included in quantitative research using the One Sample Kolmogorov Smirnov method (T-Independent test) which aims to compare customer loyalty on the Nimo TV and Facebook Gaming platforms in the Jakarta area. The population used in this study were users/enthusiasts of live streaming video games in Jakarta. The primary data collection method was carried out by observing and distributing questionnaires using the googleform platform to 102 respondents based on the criteria, namely live streaming video game users / fans who live in Jakarta with an age range of 17-30 years and live streaming video game users / fans while secondary data collection carried out with a literature study.*

*Based on the results of the research, users/enthusiasts of the Nimo TV and Facebook Gaming platforms, the comparison of respondents' consumer loyalty can be seen from the results of the TIndependent test where there is an average of 77,549 while the Facebook Gaming platform has an average of 72.176. This illustrates that there is a difference of 5.373 between the two platforms, then strengthened by the results of the independent t test in this study with a significance value of  $0.014 < 0.05$  so that the hypothesis (H1) is not rejected (accepted). This result also proves that there is a difference in loyalty between the NimoTV platform and the Facebook Gaming platform where users of the NimoTV platform can be said to be more loyal because they have a higher average than Facebook Gaming. Future research is expected to be able to examine other variables outside of this research and not be limited to live streaming video game users/platforms in Jakarta only, but to be expanded with narrowed criteria so that it only focuses on 1 respondent's main criteria.*

***Keywords: Esports, Streaming, Consumer Loyalty***



## HALAMAN PERTANYAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

---

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

Nama : Gandi Nenaz Nazzalna

NIM : 1161001098

Program Studi : Manajemen

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:

**Perbandingan Loyalitas Konsumen Pada Platform Nimo TV Dan Facebook Gaming Di Wilayah Jakarta** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif 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 peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada Tanggal : 26 Juli 2022

Yang Menyatakan



Gandi Nenaz Nazzalna

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN ORISINILITAS .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
HALAMAN PERTANYAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
Daftar Gambar .....	xi
Daftar Table .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	5
1.3. Batasan Masalah.....	6
1.4. Rumusan Masalah .....	6
1.5. Tujuan Penelitian.....	7
1.6. Manfaat Penelitian.....	7
1.6.1. Bagi Peneliti.....	7
1.6.2. Bagi Perusahaan.....	7
1.6.3. Bagi Peneliti Selanjutnya.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Esport.....	8
2.1.2. Streaming.....	10
2.1.3. Loyalitas Konsumen .....	12
2.2 Materiks Penelitian Terdahulu .....	14
2.3 Kerangka Pemikiran.....	16
2.4 Hipotesis.....	16
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>17</b>
3.1 Metode Penelitian.....	17
3.2 Objek Penelitian.....	18

3.3	Populasi dan Sampel Penelitian .....	18
3.3.1	Populasi.....	18
3.3.2	Sampel.....	19
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel .....	20
3.4	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	21
3.4.1	Sumber Data.....	21
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.5	Variabel Penelitian dan Operasional Variabel .....	23
3.5.1	Sumber Data Variabel Penelitian.....	23
3.5.2	Operasional Variabel .....	23
3.6	Uji Instrumen.....	25
3.6.1	Uji validitas.....	26
3.6.2	Uji reliabilitas .....	26
3.7	Analisis Data .....	26
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	27
3.7.2	Uji Normalitas data.....	27
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>29</b>
4.1.	Demografi Responden.....	29
4.2.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	32
4.2.1.	Uji Validitas.....	32
4.2.2.	Uji Reliabilitas .....	33
4.3.	Uji Normalitas .....	34
4.4.	Uji t Independen .....	35
4.5.	Pembahasan .....	35
4.6.	Implikasi Manerial .....	36
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>		<b>39</b>
5.1.	Kesimpulan.....	39
5.2.	Saran.....	39
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>40</b>
<b>Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....</b>		<b>42</b>

## Daftar Gambar

Gambar 1.1 Audience Forecast .....	2
Gambar 1.2 Facebook Gaming Logo .....	3
Gambar 1.3 Nimo TV Logo .....	4
Gambar 3.1 Skala Likert .....	22

**Daftar Table**

Table 2.2 Materiks Penelitian Terdahulu .....	14
Table 2.3 Kerangka Pemikiran .....	16
Table 3.5 Operasional Variabel .....	23
Table 4.1 Demografi Responden .....	29
Table 4.2 Uji Validitas Instrumen .....	32
Table 4.3 Reliabilitas Instrumen .....	33
Table 4.4 Responden Normalitas Variabel .....	34
Table 4.5 Responden t Independent Variabel .....	35
Table 4.6 Responden menurut alasan pengguna .....	36
Table 4.7 Distribusi frekuensi Facebook Gaming .....	37
Table 4.8 Distribusi frekuensi Nimo TV .....	37