

Analisis pengaruh citra merek klub sepakbola Liverpool terhadap loyalitas konsumen (Studi pada pengunjung nonton bareng di Lapangan Andik Futsal Depok) = Analyze side effect of brand image on Liverpool Football club customer loyalty (Studies in visitors watching live match on the Field Andik Futsal Depok)

Ginting, Ekky Samuel Agiantra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20367530&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Sepakbola adalah olahraga yang paling digemari diseluruh dunia dan seiring dengan perkembangan zaman, popularitas sepakbola mampu menarik minat banyak penggemar baru. Berbicara mengenai sepakbola berarti berbicara mengenai banyak orang yang terlibat didalamnya, termasuk fans sepakbola itu sendiri. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap loyalitas fans klub sepakbola Liverpool melalui dimensi keunggulan asosiasi merek, kekuatan asosiasi merek, dan keunikan asosiasi merek. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang fans klub Liverpool yang menghadiri acara nonton bareng di lapangan Andik Futsal Depok dengan menggunakan metode non-probability sampling serta teknik purposive. Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek mempengaruhi loyalitas konsumen sebesar 9,5% dan sisanya 90,5% dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil analisis menunjukkan citra merek memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.

*Football is the most popular sport around the world and along with the times, the popularity of football could attract more new fans. Speaking of football means to talking about many people involved in it, including themselves football fans. The purpose of this study is to analyze how the effect of brand image on loyalty Liverpool football club fans through the dimensions of favorability of brand association, strength of brand association, and uniqueness of brand association. The method used is quantitative. The samples in this research were 100 people who attended the Liverpool supporters club watching the live match on the field Andik Futsal Depok by using non-probability sampling method and purposive techniques. The instrument of this research using questionnaires and analyzed by using simple linear regression analysis. The results of this study indicate that brand image affects customer loyalty by 9.5% and the rest of its 90.5% influenced by other factors. The analysis showed that brand image has a positive influence on customer loyalty.*