

The effect of football player's credibility on consumer's brand loyalty and continuous commitment to a football club = Efek kredibilitas pemain bola kepada loyalitas merek dan komitmen berkelanjutan di klub bola.

Annisa Zhafarina Qashri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20513909&lokasi=lokal>

Abstrak

Sepak bola adalah salah satu olahraga paling terkenal di dunia. Namun demikian, penelitian tentang nilai atlet bagi stakeholders sepak bola masih minim, padahal terbukti bahwa prestasi dan citra positif atlet dapat dipandang sebagai aset yang signifikan dan dapat berperan dalam keberhasilan usaha. Berfokus pada salah satu tim lokal di Indonesia, Madura United FC, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah memiliki atlet yang kredibel mengarah pada loyalitas merek dan komitmen berkelanjutan pada fans. Kuesioner dibagikan kepada 1.388 suporter Madura United FC. Dengan menggunakan SEM-PLS, temuan menunjukkan bahwa kepercayaan atau trustworthiness pada pemain bola mempunyai peran besar dalam meningkatkan kredibilitas merek sebuah klub sepak bola, sedangkan kredibilitas merek menjadi (1) faktor signifikan yang mempengaruhi komitmen berkelanjutan penggemar terhadap klub sepak bola, dan (2) faktor signifikan yang mempengaruhi kepuasan merek di sebuah klub sepak bola. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan wawasan tentang betapa pentingnya kredibilitas merek bagi sebuah klub sepak bola.

.....Football is one of the most known sports in the world. However, there is still a minimum research on the value of athlete to football stakeholders, while it is proven that athlete's good performance and positive image might be seen as a significant asset and could play a role in the success of the business. Focusing on one local team in Indonesia, Madura United FC, this research aims to find out whether the relationship of having a credible athlete leads to brand loyalty and continuous commitment. Questionnaires were distributed to 1,388 Madura United FC fans. Using SEM-PLS, findings indicate that trustworthiness play a great role in increasing brand credibility of a football club, while brand credibility resulted to be (1) significant factor that affects fans' continuance commitment to a football club, and (2) significant factor that affects brand satisfaction in a football club. Therefore, this study provides an insight of how important brand credibility is for a football club.