

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. KESIMPULAN

Peneliti berhasil mengumpulkan data dari 72 responden yang merupakan *member* Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja. Para responden tersebut diambil datanya dengan menggunakan kuesioner untuk meneliti mengenai pengaruh tingkat kepuasan pada Adidas *jersey* Chelsea dan tingkat keterlibatan pada komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja terhadap loyalitas merek.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya, peneliti merangkum beberapa kesimpulan yang pertama, bahwa pada hipotesis pertama, secara bersama-sama tingkat kepuasan pada Adidas *jersey* Chelsea dan tingkat keterlibatan pada komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas merek dengan nilai sig. 0,002 dan dengan kekuatan pengaruh R sebesar 0,414. Sedangkan secara sendiri-sendiri variabel tingkat kepuasan pada produk ( $X_1$ ) terhadap loyalitas merek tidak menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas merek yaitu sebesar 0,205 dengan sig. 0,073. Melainkan, variabel tingkat keterlibatan pada komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja ( $X_2$ ) justru memiliki pengaruh yang lebih signifikan sebesar 0,317 dengan sig. 0,006. Artinya orang cenderung tidak mementingkan sebuah produk sebagai fungsional saja

melainkan orang akan lebih loyal terhadap merek karena tingkat keterlibatan pada komunitas yaitu Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja. Sehingga perasaan loyal tersebut timbul karena orang memakai produk bukan karena puas melainkan untuk bisa menjadi bagian dari komunitas.

Kesimpulan selanjutnya membuktikan hipotesis yang kedua bahwa secara bersama-sama tingkat kepuasan pada Adidas *jersey* Chelsea dan tingkat keterlibatan pada komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja dikontrol pendapatan / uang saku terbukti mempengaruhi loyalitas merek dengan nilai R sebesar 0,501 dan dengan nilai sig. 0,000.

Kemudian diambil perbandingannya, secara bersama-sama variabel tingkat kepuasan pada Adidas *jersey* Chelsea ( $X_1$ ) dan tingkat keterlibatan pada komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja ( $X_2$ ) mempengaruhi variabel loyalitas merek (Y) terbukti secara signifikan dengan nilai R sebesar 0,414 dan nilai sig. 0,002, nilai Adjusted R Square sebesar 14,8%. Setelah masuknya variabel kontrol pendapatan (Z), terjadi perubahan nilai yang menguatkan. Variabel tingkat kepuasan pada Adidas *jersey* Chelsea ( $X_1$ ) dan tingkat keterlibatan pada komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja ( $X_2$ ) mempengaruhi variabel loyalitas merek (Y) dikontrol variabel pendapatan / uang saku (Z) secara bersama-sama terbukti signifikan dengan nilai R sebesar 0,501 dan nilai sig. 0,000, nilai Adjusted R Square sebesar 21,8%. Maka, terdapat perbandingan kekuatan pengaruh pada nilai Adjusted R Square sebesar 7%.

Setelah masuknya variabel kontrol terdapat perubahan nilai signifikansinya pada setiap variabel. Pertama, perubahan yang menguatkan terjadi pada variabel tingkat kepuasan pada Adidas *jersey* Chelsea secara individu yang semula 0,205 dengan sig. 0,073 menjadi 0,230 dengan sig. 0,037. Kedua, terjadi perubahan yang melemahkan pada variabel tingkat keterlibatan pada komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja secara individu yang semula 0,317 dengan sig. 0,006 menjadi 0,299 dengan sig.0,007. Artinya dengan adanya variabel kontrol pendapatan memiliki peran untuk menunjukkan bahwa indikator-indikator kepuasan pada Adidas *jersey* Chelsea mampu mempengaruhi loyalitas terhadap merek Adidas tanpa perlu mengikuti atau terlibat kembali pada komunitas. Secara keseluruhan peran variabel pendapatan / uang saku dapat menguatkan pengaruh dari variabel tingkat kepuasan pada *brand* ( $X_1$ ) dan variabel tingkat keterlibatan pada komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja ( $X_2$ ) terhadap loyalitas merek.

## **B. SARAN**

Berdasarkan temuan hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya dan dari penarikan kesimpulan di atas, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut :

### **1. Saran Akademis**

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh tingkat kepuasan pada Adidas *jersey* Chelsea dan tingkat keterlibatan pada komunitas

Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja secara bersama-sama terhadap loyalitas merek. Namun pengaruh yang muncul kurang dari 0,414 atau 41,4% dan pengaruh yang ditimbulkan berada dalam kategori sedang pada pedoman kategorisasi interpretasi. Setelah masuknya variabel kontrol besarnya pengaruh ditunjukkan dengan peningkatan nilai sebesar 0,501 atau 50,1% dan masih dalam kategori sedang pada pedoman kategorisasi interpretasi. Namun variabel tingkat kepuasan pada Adidas *jersey* Chelsea ( $X_1$ ), variabel tingkat keterlibatan pada komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja ( $X_2$ ) dan variabel loyalitas merek ( $Y$ ) yang peneliti pakai untuk penelitian ini masih terdapat kekurangan karena pengaruh yang timbul setelah adanya variabel kontrol pendapatan / uang saku ( $Z$ ) pada nilai Adjusted R Square hanya sebesar 21,8%. Peneliti menyarankan untuk penelitian berikutnya untuk mencari variabel-variabel lain selain variabel tingkat kepuasan pada Adidas *jersey* Chelsea dan variabel tingkat keterlibatan pada komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja yang mampu memberi pengaruh yang lebih besar terhadap variabel yang merek. Artinya masih ada peluang sebesar 78,2% untuk variabel-variabel yang lain.

Penelitian ini pun juga membuktikan bahwa kepuasan pada produk Adidas *jersey* Chelsea tidak membawa konsumen untuk loyal pada Adidas melainkan keterlibatan pada komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja yang disponsori oleh Adidas yang membawa konsumen untuk loyal pada Adidas. Maka, peneliti menyarankan untuk penelitian berikutnya

untuk mencari komunitas Adidas atau komunitas yang disponsori Adidas yang lain yang mampu memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap loyalitas merek dilihat dari kepuasan pada produk dan keterlibatan pada komunitas.

## 2. Saran Praktis

Peneliti memberikan saran dan masukan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan atau klub di dalam mengelola dan menentukan kebijakan promosi melalui iklan yang efektif, efisien, dan tepat sasaran ditengah persaingan merek yang sangat ketat. Selain kepuasan pada produk dan keterlibatan pada komunitas, faktor pendapatan / uang saku mengontrol pengaruh kepuasan produk dan keterlibatan pada komunitas terhadap loyalitas merek, walaupun pengaruhnya sangat kecil. Sarannya adalah :

Perusahaan Adidas yang telah bekerjasama atau menjadi sponsor sebuah klub juga melihat *fans club* yang bersangkutan karena dalam penelitian ini terbukti bahwa orang loyal pada merek bukan karena puas pada produk melainkan orang tersebut memakai dan loyal pada merek karena terlibat pada komunitas *fans club*.

Kemudian Chelsea sebagai klub yang disponsori oleh Adidas harus terus menjaga keharmonisan sebuah klub dengan penggemarnya atau komunitas *fans club*. Peneliti menyarankan sebuah klub harus menjaga kekompakan mereka dengan komunitas *fans club* untuk terus menjalin hubungan baik sehingga keterikatan anggota dengan Chelsea akan sangat

kuat. Maka pengaruhnya terhadap loyalitas merek Adidas tidak pada sebuah produk melainkan karena Chelsea yang disponsori oleh Adidas.

Penelitian ini membuktikan tingkat kepuasan pada Adidas *jersey* Chelsea tidak mampu mempengaruhi secara signifikan secara sendiri-sendiri terhadap loyalitas merek. Maka, peneliti menyarankan pada perusahaan Adidas untuk memanfaatkan komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club untuk membujuk ketua komunitas agar menyarankan kepada setiap anggota pada komunitas membeli *jersey* Chelsea yang original guna mengurangi konsumen yang membeli *jersey* Chelsea “KW”.

## Daftar Pustaka

### BUKU:

- Aaker A. David. 1996. *Manajemen Equitas Merek*. Jakarta: Spectrum Mitra Utama.
- Amir, M. Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran: Jelajahi & Rasakan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Assael, H. 1997. *Consumer Behavior and Marketing Action*. 6/e. Cincinnati, OH: South-Western College Publishing.
- Azwar, S. 2008. *Sikap Manusia : Teori dan Pengukurannya*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Cangara, Hafied. 2004. *Pengantar ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Darmawan, Didit. 2006. *Analisis Model Keputusan*. Yogyakarta: UAJY.
- Fill, Chris. 1998. *Marketing Communications: Context, Content and Strategies*. Second Edition. United Kingdom: Prentice Hall Europe.
- Fill, Chris. 1995. *Marketing Communications : Frameworks, Theories & Application*. United Kingdom: Prentice Hall International.
- Iskandar. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan & Sosial (Kuantitatif & Kualitatif)*. Jakarta: Gaung Persada Pers.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo.

- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip., dan Keller, K. 2009. *Marketing Management* (13<sup>rd</sup> Edition). Upper Saddle. River, N.J: Pearson Prentice Hall.
- Lafferty, B. A Goldmith, R. E. And Newel, S. J. 2002. "The Dual Credibility Model: The Influence of Corporate and Endorser Credibility on Attitudes and Purchase Intention". *Journal of Marketing*, pp. 1-11.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nazir, Moh. 1983. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- O' Guinn, Thomas C., Allen, Chris T., Semenik, Richard J., 2009. *Advertising and Integrated Brand Promotion*. Mason, OH, South-Western: Cengage Learning.
- Ohanian, R. 1990. "Construction and Validation of A Scale to Measure Credibility Endoser's Perceived Expertise, Trustworthiness, and Attractiveness". *Journal of Advertising* Vol 19, No 3.
- Robbins, Stephen. 2008. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT. Indeks.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Schiffman, Leon G. & Kanuk, Leslie L. 2004. *Consumer Behavior* (eight edition). New Jersey: Prentice Hall.



Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D edisi 5*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Swasta D, Basu. 1999. *Theory of Behavior Dalam Penelitian Sikap, Niat dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Program Magister Manajemen Universitas Gajah Mada.

Tjiptono, F. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Komunikasi Organisasi : Cetakan Pertama*. Jakarta: Gamedia Pustaka utama.

Wardiyanta. 2006. *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.

#### JURNAL ONLINE:

Zatul Farrah, Fajrianti. 2005. *Strategi Perluasan Merek dan Loyalitas Konsumen*.

<http://journal.unair.ac.id/filerPDF/06%20-%20Strategi%20Perluasan%20Merek%20dan%20Loyalitas%20Konsumen.pdf>

Ikanovita, Christina Vera. 2011. *Pengaruh Tingkat Kepuasan Pada Brand Dan Tingkat Keterlibatan Pada Brand Community Terhadap Loyalitas Merek (Studi Eksplanatif Kuantitatif Pengaruh Tingkat Kepuasan pada Brand dan Tingkat Keterlibatan pada Brand Community Terhadap Loyalitas Merek pada Komunitas Vario dan Di Kontrol Oleh Faktor Usia dan Tingkat Pengeluaran)*. S1 thesis, UAJY.

<http://e-journal.uajy.ac.id/1037/>

Susanto, Dwi. 2011. Analisis Pengaruh Efek Komunitas dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dan Implikasinya Terhadap Sikap Terhadap Merek (*Attitudes Toward Brand*) pada Konsumen Notebook Merek Acer Di Kota Semarang. S1 thesis, UNDIP.  
<http://eprints.undip.ac.id/29061/>

INTERNET :

Chelsea FC :

<http://www.chelseafc.com/>

Fans Chelsea Indonesia :

[www.chelseafc.or.id](http://www.chelseafc.or.id)

[welovejohnandfrank.wordpress.com/2013/06/07/sejarah-chelsea-indonesia-supporters-club-cisc/](http://welovejohnandfrank.wordpress.com/2013/06/07/sejarah-chelsea-indonesia-supporters-club-cisc/)

Adidas :

<http://id.wikipedia.org/wiki/Adidas>

Industri Olahraga :

<http://sportsatu.com/2013/06/22/chelsea-dan-adidas-sepakati-rekor-kontrak-rp-45-triliun/>

<http://www.goal.com/id-ID/news/1108/sepakbola-inggris/2013/06/22/4064652/chelsea-dan-adidas-perpanjang-kontrak-sepuluh-tahun>

Teknologi Climacool :

<http://medianya.com/429/adidas-rilis-baju-chelsea-2013-2014-inilah-teknologi-dan-desain-terbaru/>



LAMPIRAN 1

# **Kuesioner Penelitian**

## KUESIONER

Kepada Yth

Rekan-rekan *member* Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Yogyakarta di tempat

Dengan hormat,

Bersama surat ini, saya Adhi Nugraha (080903649), mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta jurusan Ilmu Komunikasi sedang menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“PENGARUH TINGKAT KEPUASAN PADA ADIDAS JERSEY CHELSEA DAN TINGKAT KETERLIBATAN PADA KOMUNITAS CHELSEA INDONESIA SUPPORTERS CLUB REGIONAL JOGJA TERHADAP LOYALITAS MEREK ADIDAS”**. Saya memohon kesediaan rekan-rekan sekalian untuk meluangkan waktu guna menjawab beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian skripsi saya. Saya berharap rekan-rekan sekalian bisa memberikan jawaban sesuai dengan keadaan, perasaan, dan pemikiran rekan-rekan serta bersifat jujur. Jawaban-jawaban yang rekan-rekan berikan tidak ada penilaian benar atau salah. Hasil dari jawaban-jawaban yang saudara berikan akan digunakan untuk tujuan ilmiah, yaitu sebagai data penelitian dalam penyusunan skripsi saya guna memperoleh gelar sarjana strata satu pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Kesediaan rekan-rekan sekalian untuk meluangkan waktu guna mengisi kuesioner saya merupakan bantuan yang sangat berharga. Oleh karena itu, sebelum dan sesudahnya saya mengucapkan banyak terima kasih.

Hormat saya  
Adhi Nugraha

1. Uang saku / pendapatan perbulan : Rp\_\_\_\_\_

### Kuesioner untuk Variabel X<sup>1</sup>

Berikut adalah pertanyaan-pertanyaan untuk mengukur tingkat kepuasan responden pada *brand* dari merek Adidas. Responden diminta menjawab pertanyaan dibawah ini dengan memberi tanda (√) pada kolom yang disediakan. Skor 5 untuk jawaban Sangat Memuaskan (SM), 4 untuk jawaban Memuaskan (M), 3 untuk jawaban Netral (N), 2 untuk jawaban Tidak Memuaskan (TM), dan 1 untuk jawaban Sangat Tidak Memuaskan (STM).

NO	PERTANYAAN	SM	M	N	TM	STM
1	Bagaimanakah kinerja kenyamanan <i>jersey</i> Chelsea dari merek Adidas saat dipakai?					
2	Bagaimanakah kualitas bahan dasar yang dipakai pada <i>jersey</i> Chelsea merek Adidas?					
3	Bagaimanakah bentuk dari <i>jersey</i> Chelsea yang ditampilkan merek Adidas?					
4	Bagaimanakah jaminan keawetan <i>jersey</i> Chelsea yang ditawarkan oleh merek Adidas?					
5	Bagaimanakah komposisi desain <i>jersey</i> Chelsea yang dimiliki merek Adidas?					
6	Bagaimanakah karakteristik (bahan pembuatan, rupa, warna) yang dimiliki <i>jersey</i> Chelsea merek Adidas?					
7	Bagaimanakah nilai jual kembali <i>jersey</i> Chelsea dari merek Adidas?					
8	Bagaimanakah tingkat kepuasan anda pada <i>jersey</i> Chelsea merek Adidas mampu bersaing dengan merek lain?					
9	Bagaimanakah keramahan yang diberikan karyawan toko saat membeli <i>jersey</i> Chelsea dari merek Adidas?					
10	Bagaimanakah tingkat kepuasan anda dengan kemewahan yang ditampilkan <i>jersey</i> Chelsea merek Adidas terhadap penampilan anda?					
11	Bagaimanakah perasaan bangga saat menggunakan					

	<i>jersey</i> Chelsea dari merek Adidas?					
12	Bagaimanakah kesesuaian harga pada <i>jersey</i> Chelsea dari merek Adidas yang ditawarkan?					
13	Bagaimanakah harga <i>jersey</i> Chelsea dibandingkan dengan mutu produk yang anda dapatkan pada merek Adidas?					
14	Bagaimanakah keterjangkauan harga <i>jersey</i> Chelsea dari merek Adidas?					
15	Puaskah anda dengan kemudahan mencari produk <i>jersey</i> Chelsea Adidas di toko?					

### Kuesioner untuk Variabel $X^2$

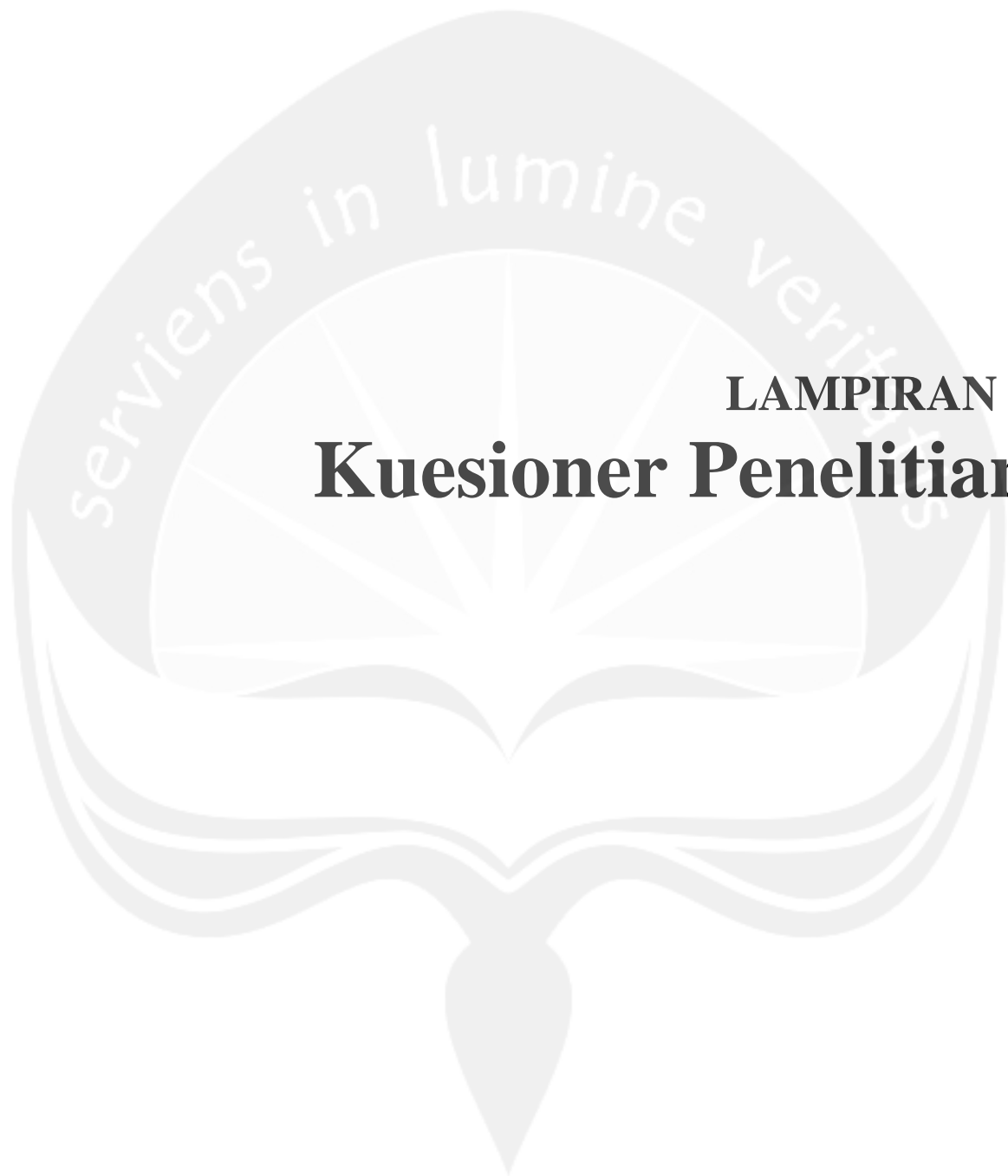
Berikut adalah pernyataan-pernyataan tingkat keterlibatan responden pada komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja. Responden diminta menjawab pernyataan dibawah ini dengan memberi tanda (√) pada kolom yang disediakan. Jawaban YA diberikan nilai 1 (satu) dan jawaban TIDAK diberikan nilai 0 (nol).

NO	PERNYATAAN	YA	TIDAK
1	Mengikuti saran komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja untuk membeli <i>jersey</i> Adidas Chelsea.		
2	Saya ikut nonton bareng yang diselenggarakan oleh komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja.		
3	Saya mengikuti kegiatan futsal mingguan yang diadakan komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja.		
4	Saya terlibat dalam setiap <i>gathering</i> yang diselenggarakan oleh komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja.		
5	Saya terlibat kepengurusan pada komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja.		
6	Ikut andil dengan memberi donasi dalam kegiatan sosial oleh komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja.		

### Kuesioner untuk Variabel Y

Berikut adalah pernyataan-pernyataan tingkat loyalitas responden pada Adidas *jersey* Chelsea. Responden diminta menjawab pernyataan dibawah ini dengan memberi tanda (√) pada kolom yang disediakan. Jawaban YA diberikan nilai 1 (satu) dan jawaban TIDAK diberikan nilai 0 (nol). Pernyataan dibawah ini adalah pernyataan bertingkat, maka akan diketahui letak tingkat loyalitas responden berada.

NO	PERNYATAAN	YA	TIDAK
1	Harga bukan menjadi pertimbangan utama dalam memilih merek Adidas		
2	Bagi Anda, menggunakan merek Adidas hanya karena kebiasaan.		
3	Secara umum anda puas dan tanpa perlu melakukan pertimbangan lagi untuk menggunakan merek Adidas.		
4	Anda lebih menyukai merek Adidas dibandingkan merek lain.		
5	Anda bersedia membayar lebih mahal untuk memilih merek Adidas.		
6	Anda memberikan informasi mengenai kelebihan produk dari merek Adidas kepada orang lain.		
7	Anda pernah menyarankan kepada orang lain untuk membeli produk dari merek Adidas yang juga pernah anda gunakan.		



**LAMPIRAN 1**

# **Kuesioner Penelitian**



## KUESIONER

Kepada Yth

Rekan-rekan *member* Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Yogyakarta di tempat

Dengan hormat,

Bersama surat ini, saya Adhi Nugraha (080903649), mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta jurusan Ilmu Komunikasi sedang menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“PENGARUH TINGKAT KEPUASAN PADA ADIDAS JERSEY CHELSEA DAN TINGKAT KETERLIBATAN PADA KOMUNITAS CHELSEA INDONESIA SUPPORTERS CLUB REGIONAL JOGJA TERHADAP LOYALITAS MEREK ADIDAS”**. Saya memohon kesediaan rekan-rekan sekalian untuk meluangkan waktu guna menjawab beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian skripsi saya. Saya berharap rekan-rekan sekalian bisa memberikan jawaban sesuai dengan keadaan, perasaan, dan pemikiran rekan-rekan serta bersifat jujur. Jawaban-jawaban yang rekan-rekan berikan tidak ada penilaian benar atau salah. Hasil dari jawaban-jawaban yang saudara berikan akan digunakan untuk tujuan ilmiah, yaitu sebagai data penelitian dalam penyusunan skripsi saya guna memperoleh gelar serjana strata satu pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Kesediaan rekan-rekan sekalian untuk meluangkan waktu guna mengisi kuesioner saya merupakan bantuan yang sangat berharga. Oleh karena itu, sebelum dan sesudahnya saya mengucapkan banyak terima kasih.

Hormat saya  
Adhi Nugraha

1. Uang saku / pendapatan perbulan : Rp\_\_\_\_\_

### Kuesioner untuk Variabel X<sup>1</sup>

Berikut adalah pertanyaan-pertanyaan untuk mengukur tingkat kepuasan responden pada *brand* dari merek Adidas. Responden diminta menjawab pernyataan dibawah ini dengan memberi tanda (√) pada kolom yang disediakan. Skor 5 untuk jawaban Sangat Memuaskan (SM), 4 untuk jawaban Memuaskan (M), 3 untuk jawaban Netral (N), 2 untuk jawaban Tidak Memuaskan (TM), dan 1 untuk jawaban Sangat Tidak Memuaskan (STM).

NO	PERTANYAAN	SM	M	N	TM	STM
1	Bagaimanakah kinerja kenyamanan <i>jersey</i> Chelsea dari merek Adidas saat dipakai?					
2	Bagaimanakah kualitas bahan dasar yang dipakai pada <i>jersey</i> Chelsea merek Adidas?					
3	Bagaimanakah bentuk dari <i>jersey</i> Chelsea yang ditampilkan merek Adidas?					
4	Bagaimanakah jaminan keawetan <i>jersey</i> Chelsea yang ditawarkan oleh merek Adidas?					
5	Bagaimanakah komposisi desain <i>jersey</i> Chelsea yang dimiliki merek Adidas?					
6	Bagaimanakah karakteristik (bahan pembuatan, rupa, warna) yang dimiliki <i>jersey</i> Chelsea merek Adidas?					
7	Bagaimanakah nilai jual kembali <i>jersey</i> Chelsea dari merek Adidas?					
8	Bagaimanakah tingkat kepuasan anda pada <i>jersey</i> Chelsea merek Adidas mampu bersaing dengan merek lain?					
9	Bagaimanakah keramahan yang diberikan karyawan toko saat membeli <i>jersey</i> Chelsea dari merek Adidas?					
10	Bagaimanakah tingkat kepuasan anda dengan kemewahan yang ditampilkan <i>jersey</i> Chelsea merek Adidas terhadap penampilan anda?					
11	Bagaimanakah perasaan bangga saat menggunakan <i>jersey</i> Chelsea dari merek Adidas?					
12	Bagaimanakah kesesuaian harga pada <i>jersey</i> Chelsea dari merek Adidas yang ditawarkan?					

13	Bagaimanakah harga <i>jersey</i> Chelsea dibandingkan dengan mutu produk yang anda dapatkan pada merek Adidas?					
14	Bagaimanakah keterjangkauan harga <i>jersey</i> Chelsea dari merek Adidas?					
15	Puaskah anda dengan kemudahan mencari produk <i>jersey</i> Chelsea Adidas di toko?					

### Kuesioner untuk Variabel $X^2$

Berikut adalah pernyataan-pernyataan tingkat keterlibatan responden pada komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja. Responden diminta menjawab pernyataan dibawah ini dengan memberi tanda (√) pada kolom yang disediakan. Jawaban YA diberikan nilai 1 (satu) dan jawaban TIDAK diberikan nilai 0 (nol).

NO	PERNYATAAN	YA	TIDAK
1	Mengikuti saran komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja untuk membeli <i>jersey</i> Adidas Chelsea.		
2	Saya ikut nonton bareng yang diselenggarakan oleh komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja.		
3	Saya mengikuti kegiatan futsal mingguan yang diadakan komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja.		
4	Saya terlibat dalam setiap <i>gathering</i> yang diselenggarakan oleh komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja.		
5	Saya terlibat kepengurusan pada komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja.		
6	Ikut andil dengan memberi donasi dalam kegiatan sosial oleh komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club Regional Jogja.		

### Kuesioner untuk Variabel Y

Berikut adalah pernyataan-pernyataan tingkat loyalitas responden pada Adidas *jersey* Chelsea. Responden diminta menjawab pertanyaan dibawah ini dengan memberi tanda (√) pada kolom yang disediakan. Jawaban YA diberikan nilai 1 (satu) dan jawaban TIDAK diberikan nilai 0 (nol). Pernyataan dibawah ini adalah pernyataan bertingkat, maka akan diketahui letak tingkat loyalitas responden berada.

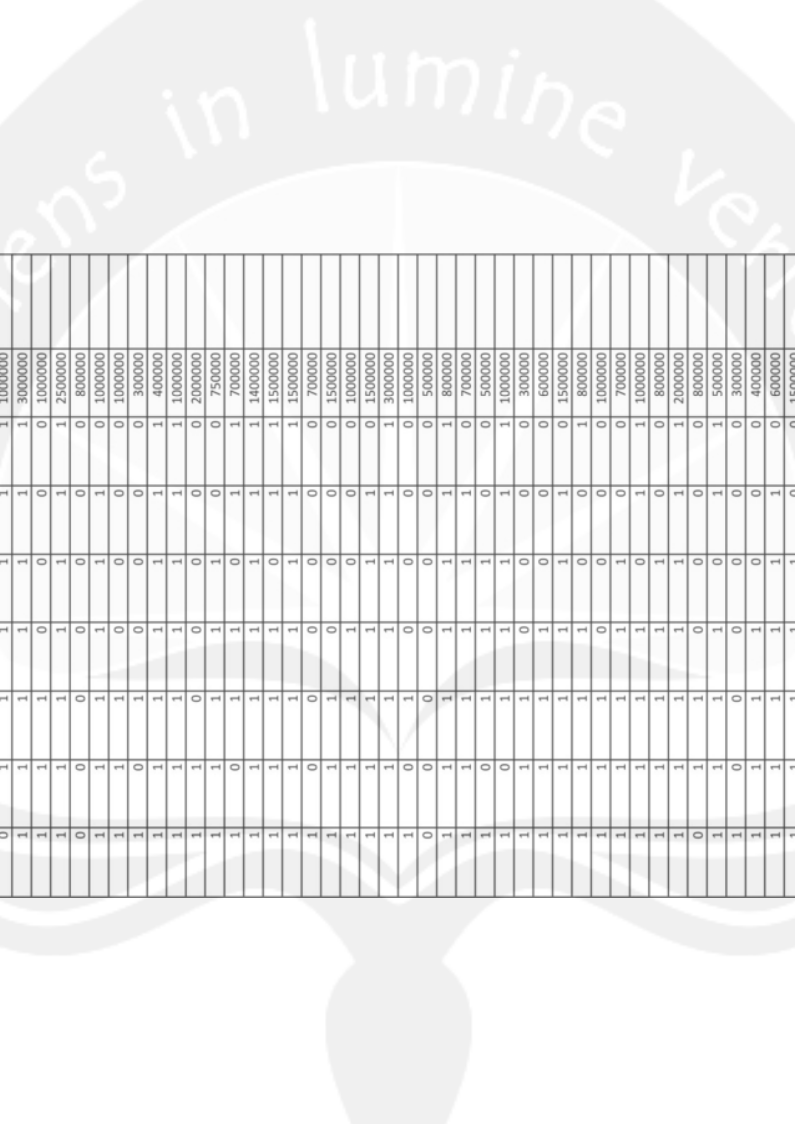
NO	PERNYATAAN	YA	TIDAK
1	Harga bukan menjadi pertimbangan utama dalam memilih merek Adidas		
2	Bagi Anda, menggunakan merek Adidas hanya karena kebiasaan.		
3	Secara umum anda puas dan tanpa perlu melakukan pertimbangan lagi untuk menggunakan merek Adidas.		
4	Anda lebih menyukai merek Adidas dibandingkan merek lain.		
5	Anda bersedia membayar lebih mahal untuk memilih merek Adidas.		
6	Anda memberikan informasi mengenai kelebihan produk dari merek Adidas kepada orang lain.		
7	Anda pernah menyarankan kepada orang lain untuk membeli produk dari merek Adidas yang juga pernah anda gunakan.		



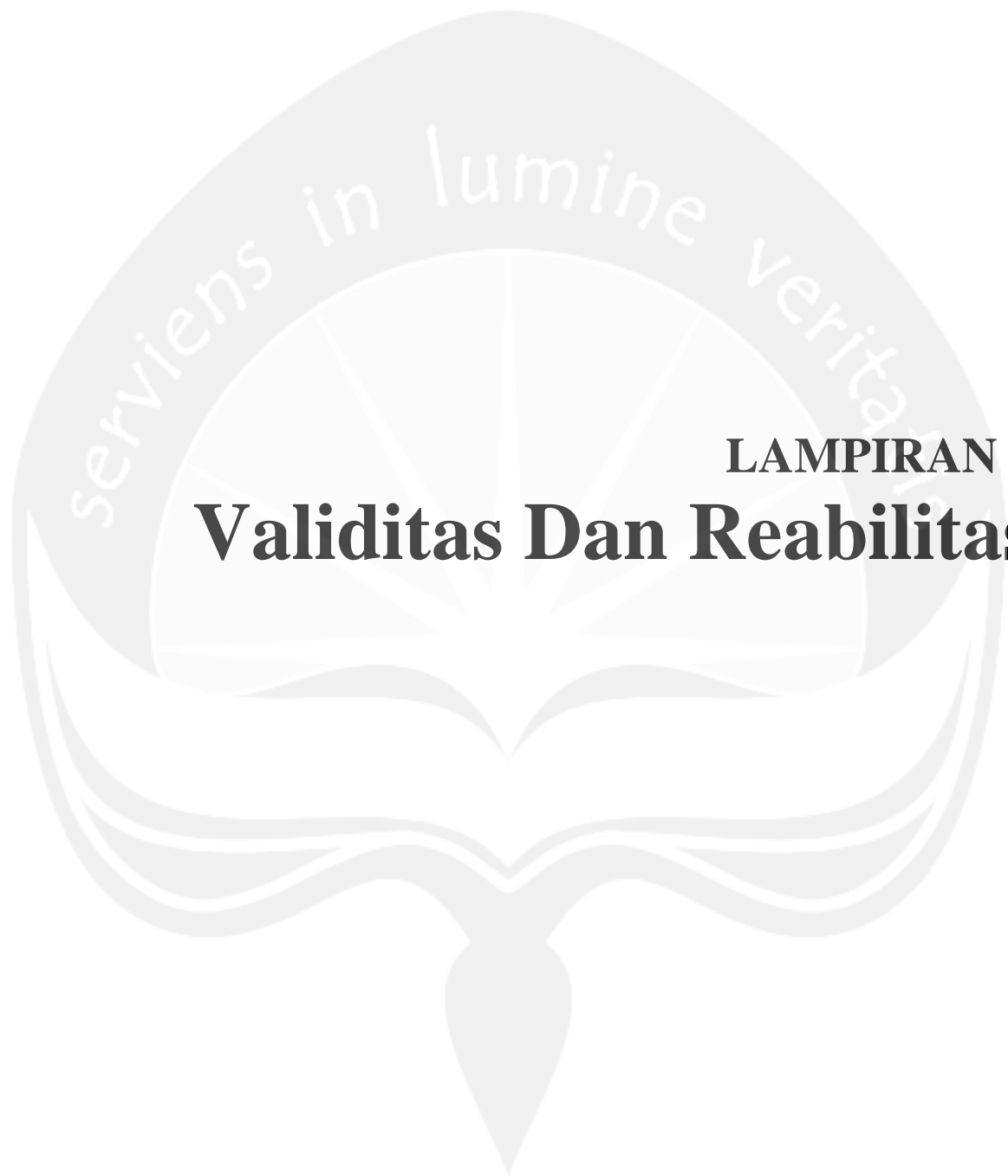
**LAMPIRAN 2**

# **Data Hasil Kuesioner**

NO	T.KEPUJASAN1	T.KEPUJASAN2	T.KEPUJASAN3	T.KEPUJASAN4	T.KEPUJASAN5	T.KEPUJASAN6	T.KEPUJASAN7	T.KEPUJASAN8	T.KEPUJASAN9	T.KEPUJASAN10	T.KEPUJASAN11	T.KEPUJASAN12	T.KEPUJASAN13	T.KEPUJASAN14	T.KEPUJASAN15	CISC1	CISC2	CISC3	CISC4	CISC5	CISC6
1	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	1	1	1	1	1	1
2	5	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	4	4	3	4	0	1	0	1	0	1
3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	3	0	1	1	1	1	1	1
4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1
5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1
6	4	4	4	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	0	1	0	0	0	0
7	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	0	1	0	1	0	0
8	3	3	2	5	1	1	3	1	3	4	4	3	3	2	4	1	1	0	1	0	1
9	5	4	3	4	3	5	4	5	3	5	5	3	3	4	2	1	1	1	1	0	0
10	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	0	1	0	0	0	0
11	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	3	3	1	1	1	1	0	0
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	0	1	0	0	0	0
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	0	0	0	0
14	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	1	1	1	1	1	1
15	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	5	3	3	3	4	1	1	1	1	0	0
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	0	1	0	0	0	0
17	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	3	5	4	5	0	1	0	0	0	1
18	5	2	4	5	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	0	1	0	0	0	0
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	0	1	0	0	0
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1
23	5	4	4	3	3	3	3	3	3	5	5	4	4	3	3	0	1	0	0	0	0
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1
25	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	1	1	1	1	1	1
26	4	4	4	5	4	3	2	4	3	5	4	4	3	4	4	0	1	0	1	0	1
27	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	3	4	1	1	0	0	0	0
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1
29	4	3	5	4	5	4	3	4	3	5	5	3	3	4	4	1	1	1	1	1	1
30	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	1	1	1	1	1	1
31	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	0	1	0	0	1	1
32	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	1	1	1	1	1	1
33	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	5	1	1	1	1	1	1
35	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1
36	5	4	4	3	3	3	5	4	4	3	5	5	5	3	4	1	1	0	0	0	0
37	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	1	1	1	1	1	1
38	5	4	4	5	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1
39	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1
40	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	3	4	5	4	1	1	1	1	1	1
41	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1
42	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	3	4	3	3	1	1	1	1	1	1
43	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	3	3	0	1	0	1	0	1
44	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	1	1	1	1	1	1
46	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	1	1	0	0	0	0
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	1	1	1	1	1	1
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	1	1	1	1	1	1
49	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1
50	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	0	1	1	1	1	1
51	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	5	4	4	5	4	1	1	1	1	1	1
52	4	4	4	5	4	5	3	5	3	4	5	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1
53	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	5	4	3	5	3	1	1	1	1	1	1
54	4	4	4	5	5	5	3	5	3	5	5	3	5	3	4	1	1	1	1	1	1
55	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1
56	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	1	1	1	1	1	1
57	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	1	1	1	1	1	1
58	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1
59	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1
60	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	5	3	5	4	4	1	1	1	1	1	1
61	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	3	5	4	0	1	1	1	1	1	1
62	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	3	5	3	1	1	1	1	1	1	1
63	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	0	1	0	0	0	0	0
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1
66	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	3	3	1	1	1	1	1	1
67	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1
68	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	3	1	1	1	1	1	1
69	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1
70	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1
71	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1
72	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	1	1	1	1	1	1



LOYAL1	LOYAL2	LOYAL3	LOYAL4	LOYAL5	LOYAL6	LOYAL7	SAKU	R TABEL 70
1	1	1	1	1	1	1	1000000	0.2319=0.23
1	0	1	1	0	0	0	700000	
1	1	1	1	1	1	0	1500000	
1	1	1	1	1	1	1	1000000	
1	1	1	1	1	1	1	1000000	
0	0	0	0	0	0	0	800000	
0	1	1	1	0	0	0	600000	
0	0	0	0	0	0	0	3000000	
0	0	1	1	1	0	0	1300000	
1	1	1	1	1	1	1	5000000	
0	0	1	0	0	0	1	500000	
0	0	1	1	0	0	0	400000	
0	1	1	1	1	1	0	600000	
0	1	1	1	1	1	1	1000000	
1	1	1	1	1	1	1	3000000	
1	1	1	0	0	0	0	1000000	
1	1	1	1	1	1	1	2500000	
0	0	0	0	0	0	0	800000	
1	1	1	1	1	1	0	1000000	
1	1	1	1	1	1	0	1000000	
1	1	1	1	1	1	1	1500000	
1	1	1	1	1	1	1	3000000	
0	0	0	0	0	0	0	500000	
1	1	1	1	1	1	0	1500000	
1	1	1	1	1	0	0	1000000	
1	1	1	1	1	1	1	800000	
1	1	1	1	1	1	1	1000000	
1	1	1	1	1	1	1	700000	
1	1	1	1	1	1	1	1400000	
1	1	1	1	1	1	1	1500000	
1	1	1	1	1	1	1	1500000	
1	0	0	0	0	0	0	700000	
1	1	1	1	1	1	0	1500000	
1	1	1	1	1	1	0	1000000	
1	1	1	1	1	1	0	500000	
1	1	1	1	1	1	1	800000	
1	1	1	1	1	1	1	1000000	
1	1	1	1	1	1	1	700000	
1	1	1	1	1	1	0	300000	
1	1	1	1	1	0	0	600000	
1	1	1	1	1	1	0	600000	
1	1	1	1	1	1	0	1500000	
1	1	1	1	1	1	0	800000	
0	1	1	0	0	0	0	800000	
1	1	1	1	1	1	0	700000	
1	1	1	1	1	1	1	1000000	
1	1	1	1	1	1	0	800000	
1	0	0	0	0	0	0	300000	
1	1	1	1	1	1	0	500000	
1	1	1	1	1	1	1	2000000	
0	1	1	0	0	0	0	800000	
1	1	1	1	1	1	0	500000	
1	1	1	1	1	1	0	400000	
1	1	1	1	1	1	0	600000	
1	1	1	1	1	1	0	1500000	
0	0	0	0	0	0	0	2000000	
1	1	1	1	1	1	1	3000000	
1	1	1	1	1	0	0	1500000	
1	1	1	1	1	0	0	800000	
1	0	0	0	0	0	0	2000000	
1	1	1	1	1	1	1	3000000	
1	1	1	1	1	0	0	700000	
1	1	1	1	1	0	0	500000	
1	1	1	1	1	1	1	1500000	
1	1	1	1	1	1	1	600000	
1	1	1	1	1	1	1	1500000	
1	1	1	1	1	1	1	1800000	
1	1	1	1	1	1	0	2000000	
1	1	1	1	1	1	0	1000000	



**LAMPIRAN 3**

# **Validitas Dan Reabilitas**



## VALIDITAS DAN RELIABILITAS

### 1. Tingkat Kepuasan Pada Adidas Jersey Chelsea

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	72	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	72	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.756	15

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
T.KEP.1	56.0694	15.953	.347	.745
T.KEP.2	56.1250	15.717	.414	.739
T.KEP.3	56.1389	15.445	.465	.735
T.KEP.4	56.1111	15.734	.304	.748
T.KEP.5	56.1806	15.220	.411	.738
T.KEP.6	56.1528	14.920	.442	.734
T.KEP.7	56.4722	14.901	.360	.744
T.KEP.8	56.2639	16.084	.330	.746
T.KEP.9	56.7778	15.894	.338	.745
T.KEP.10	56.1944	15.004	.292	.754
T.KEP.11	56.2083	16.055	.273	.750
T.KEP.12	56.4861	15.070	.446	.734
T.KEP.13	56.1250	15.266	.417	.737
T.KEP.14	56.7778	16.034	.279	.750
T.KEP.15	56.5833	15.261	.344	.745

## 2. Tingkat Keterlibatan Pada Brand Community Pada Komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club

### VALIDITAS (Koefisien Skalabilitas)

$$K_s = 1 - \frac{e}{x(n - T_n)}$$

$$K_s = 1 - \frac{29}{0,5 (6 \times 72 - 43)}$$

$$K_s = 1 - \frac{29}{0,5 (389)}$$

$$K_s = 1 - \frac{29}{194,5}$$

$$K_s = 0,852$$

Keterangan :

P = jumlah kesalahan yang diharapkan  $x(n - T_n)$ .  $x = 0.5$  karena kemungkinan jawaban adalah "YA=1" dan "TIDAK=0"

e = jumlah *error*

$K_s$  = koefisien skalabilitas

$T_n$  = jumlah pola jawaban responden yang benar

n = jumlah pilihan jawaban (jumlah pilihan jawaban x total kasus)

Skala Guttman menghendaki bahwa nilai  $K_s > 0,6$  baru dapat digunakan dalam penelitian.

### REABILITAS (Coefficient of Reproducibility)

$$K_r = 1 - \frac{e}{n}$$

$$K_r = 1 - \frac{29}{72 \times 6}$$

$$K_r = 1 - \frac{29}{432}$$

$$K_r = 1 - 0,069$$

$$K_r = 0,934$$

Keterangan :

n = total kemungkinan jawaban, yaitu jumlah pertanyaan x jumlah responden

e = jumlah *error*

$K_r$  = koefisien reproduibilitas

$K_r$  yang dianggap baik yaitu apabila koefisien reproduibilitas  $> 0,90$ .

### 3. Loyalitas Merek

#### VALIDITAS (Koefisien Skalabilitas)

$$K_s = 1 - \frac{e}{x(n - T_n)} \qquad K_s = 1 - \frac{28}{230}$$
$$K_s = 1 - \frac{28}{0,5 (7 \times 72 - 44)} \qquad K_s = 0,879$$
$$K_s = 1 - \frac{28}{0,5 (460)}$$

Keterangan :

P = jumlah kesalahan yang diharapkan  $x(n - T_n)$ .  $x = 0.5$  karena kemungkinan jawaban adalah "YA=1" dan "TIDAK=0"

e = jumlah *error*

$K_s$  = koefisien skalabilitas

$T_n$  = jumlah pola jawaban responden yang benar

n = jumlah pilihan jawaban (jumlah pilihan jawaban x total kasus)

Skala Guttman menghendaki bahwa nilai  $K_s > 0,6$  baru dapat digunakan dalam penelitian.

#### REABILITAS (Coefficient of Reproducibility)

$$K_r = 1 - \frac{e}{n} \qquad \text{Keterangan :}$$
$$K_r = 1 - \frac{28}{72 \times 7} \qquad n = \text{total kemungkinan jawaban, yaitu jumlah pertanyaan x}$$
$$K_r = 1 - \frac{28}{504} \qquad \text{jumlah responden}$$
$$K_r = 1 - 0,055 \qquad e = \text{jumlah error}$$
$$K_r = 0,944 \qquad K_r = \text{koefisien reproduibilitas}$$

$K_r$  yang dianggap baik yaitu apabila koefisien reproduibilitas  $> 0,90$ .



LAMPIRAN 4  
**Frekuensi Variabel**

## TABEL FREKUENSI

### 1. PENDAPATAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3000000-6000000 (SES A)	6	8.3	8.3	8.3
	2000000-2999999 (SES B)	8	11.1	11.1	19.4
	1000000-1999999 (SES C)	27	37.5	37.5	56.9
	700000-999999 (SES D)	15	20.8	20.8	77.8
	0-699999 (SES E)	16	22.2	22.2	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

### 2. TINGKAT KEPUASAN PADA ADIDAS JERSEY CHELSEA

#### T.KEP.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	1	1.4	1.4	1.4
	M	51	70.8	70.8	72.2
	SM	20	27.8	27.8	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

#### T.KEP.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	2	2.8	2.8	2.8
	M	53	73.6	73.6	76.4
	SM	17	23.6	23.6	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

#### T.KEP.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	3	4.2	4.2	4.2
	M	52	72.2	72.2	76.4
	SM	17	23.6	23.6	100.0

**T.KEP.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	1	1.4	1.4	1.4
	M	51	70.8	70.8	72.2
	SM	20	27.8	27.8	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

**T.KEP.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	6	8.3	8.3	8.3
	M	44	61.1	61.1	69.4
	SM	22	30.6	30.6	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

**T.KEP.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	8	11.1	11.1	11.1
	M	45	62.5	62.5	73.6
	SM	19	26.4	26.4	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

**T.KEP.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	9	12.5	12.5	12.5
	M	41	56.9	56.9	69.4
	SM	22	30.6	30.6	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

**T.KEP.7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	25	34.7	34.7	34.7
	M	32	44.4	44.4	79.2
	SM	15	20.8	20.8	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

**T.KEP.8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	5	6.9	6.9	6.9
	M	57	79.2	79.2	86.1
	SM	10	13.9	13.9	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

**T.KEP.9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	32	44.4	44.4	44.4
	M	40	55.6	55.6	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

**T.KEP.10**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	19	26.4	26.4	26.4
	M	24	33.3	33.3	59.7
	SM	29	40.3	40.3	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

**T.KEP.11**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	6	8.3	8.3	8.3
	M	51	70.8	70.8	79.2
	SM	15	20.8	20.8	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

**T.KEP.12**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	19	26.4	26.4	26.4
	M	45	62.5	62.5	88.9
	SM	8	11.1	11.1	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

**T.KEP.13**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	6	8.3	8.3	8.3
	M	45	62.5	62.5	70.8
	SM	21	29.2	29.2	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

**T.KEP.14**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	33	45.8	45.8	45.8
	M	38	52.8	52.8	98.6
	SM	1	1.4	1.4	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

**T.KEP.15**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TM	1	1.4	1.4	1.4
	N	24	33.3	33.3	34.7
	M	39	54.2	54.2	88.9
	SM	8	11.1	11.1	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

### 3. TINGKAT KETERLIBATAN PADA BRAND COMMUNITY PADA KOMUNITAS CHELSEA INDONESIA SUPPORTERS CLUB

**CISC1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK	19	26.4	26.4	26.4
	YA	53	73.6	73.6	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

**CISC2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------



**CISC1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK	19	26.4	26.4	26.4
	YA	53	73.6	73.6	100.0
Valid	YA	72	100.0	100.0	100.0

**CISC3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK	31	43.1	43.1	43.1
	YA	41	56.9	56.9	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

**CISC4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK	29	40.3	40.3	40.3
	YA	43	59.7	59.7	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

**CISC5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK	41	56.9	56.9	56.9
	YA	31	43.1	43.1	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

**CISC6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK	46	63.9	63.9	63.9
	YA	26	36.1	36.1	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

**4. LOYALITAS MEREK****LOYAL1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK	11	15.3	15.3	15.3
	YA	61	84.7	84.7	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

#### LOYAL2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK	18	25.0	25.0	25.0
	YA	54	75.0	75.0	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

#### LOYAL3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK	9	12.5	12.5	12.5
	YA	63	87.5	87.5	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

#### LOYAL4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK	20	27.8	27.8	27.8
	YA	52	72.2	72.2	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

#### LOYAL5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK	36	50.0	50.0	50.0
	YA	36	50.0	50.0	100.0
	Total	72	100.0	100.0	

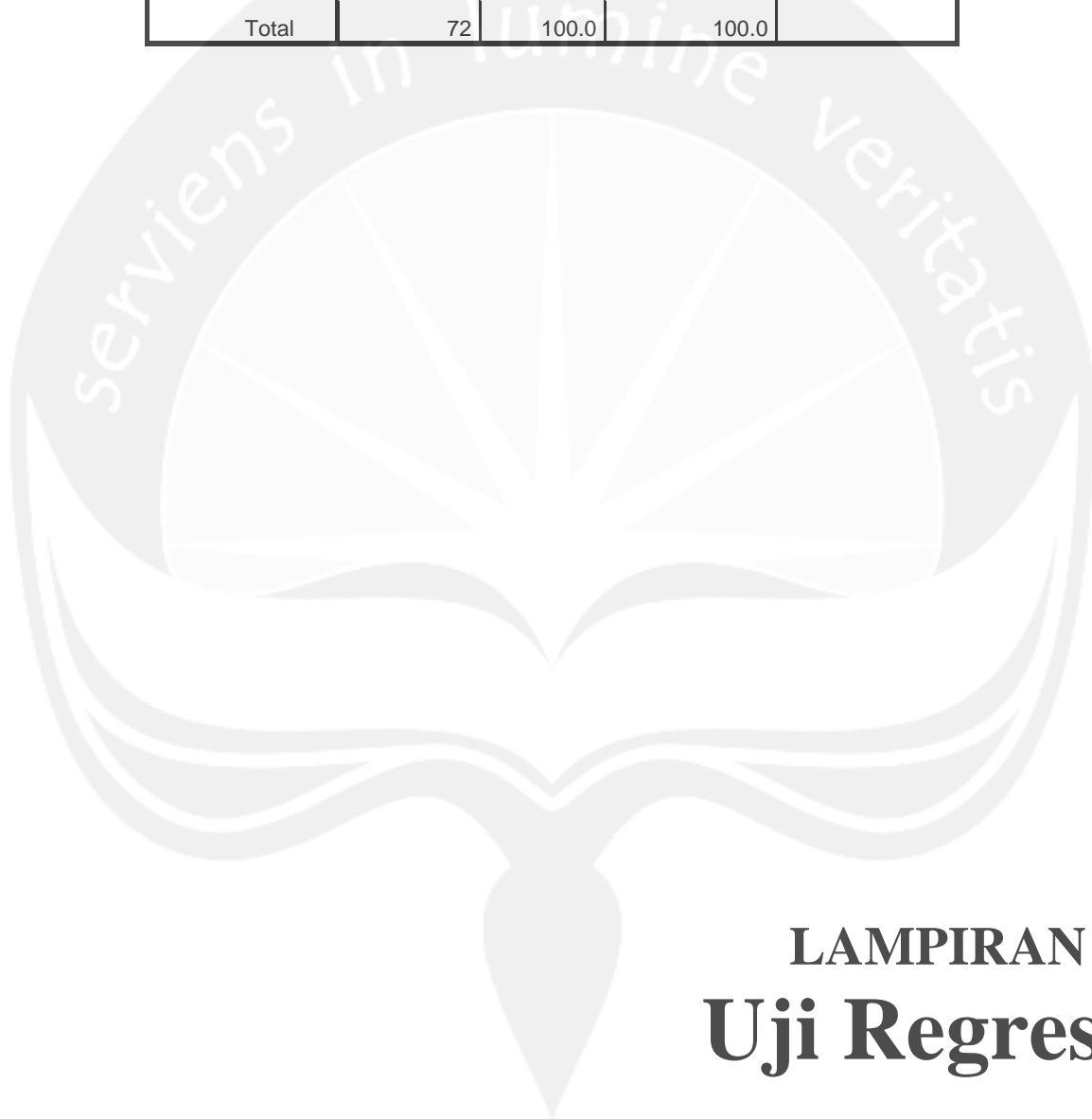
#### LOYAL6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK	38	52.8	52.8	52.8

YA	34	47.2	47.2	100.0
Total	72	100.0	100.0	

**LOYAL7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK	41	56.9	56.9	56.9
	YA	31	43.1	43.1	100.0
	Total	72	100.0	100.0	



**LAMPIRAN 5**  
**Uji Regresi**

## REGRESI

1. Pengaruh tingkat kepuasan pada Adidas jersey Chelsea ( $X_1$ ) dan tingkat keterlibatan pada *brand community* pada komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club ( $X_2$ ) terhadap loyalitas merek Adidas ( $Y$ ).

### Correlations

		LOYALTOTAL	KEPUASANTOTAL	CISCTOTAL
Pearson Correlation	LOYALTOTAL	1.000	.275	.363
	KEPUASANTOTAL	.275	1.000	.223
	CISCTOTAL	.363	.223	1.000
Sig. (1-tailed)	LOYALTOTAL	.	.010	.001
	KEPUASANTOTAL	.010	.	.030
	CISCTOTAL	.001	.030	.
N	LOYALTOTAL	72	72	72
	KEPUASANTOTAL	72	72	72
	CISCTOTAL	72	72	72

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted	Std. Error of	Change Statistics
-------	---	----------	----------	---------------	-------------------

			R Square	the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1		.414 <sup>a</sup>	.172	.148	1.99450	.172	7.144	2	69	.002

a. Predictors: (Constant), CISCTOTAL, KEPUASANTOTAL

#### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	56.835	2	28.417	7.144	.002 <sup>a</sup>
	Residual	274.485	69	3.978		
	Total	331.319	71			

a. Predictors: (Constant), CISCTOTAL, KEPUASANTOTAL

b. Dependent Variable: LOYALTOTAL

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.258	3.432		-.949	.346
	KEPUASANTOTAL	.106	.058	.205	1.819	.073
	CISCTOTAL	.401	.142	.317	2.823	.006

a. Dependent Variable: LOYALTOTAL

2. Pengaruh tingkat kepuasan pada Adidas jersey Chelsea ( $X_1$ ) dan tingkat keterlibatan pada *brand community* pada komunitas Chelsea Indonesia Supporters Club ( $X_2$ ) terhadap loyalitas merek Adidas (Y).

#### Correlations

		LOYALTOTAL	KEPUASANTOTAL	CISCTOTAL	PENDAPATAN
Pearson Correlation	LOYALTOTAL	1.000	.275	.363	.279
	KEPUASANTOTAL	.275	1.000	.223	-.074
	CISCTOTAL	.363	.223	1.000	.044

	PENDAPATAN	.279	-.074	.044	1.000
Sig. (1-tailed)	LOYALTOTAL	.	.010	.001	.009
	KEPUASANTOTAL	.010	.	.030	.268
	CISCTOTAL	.001	.030	.	.355
	PENDAPATAN	.009	.268	.355	.
N	LOYALTOTAL	72	72	72	72
	KEPUASANTOTAL	72	72	72	72
	CISCTOTAL	72	72	72	72
	PENDAPATAN	72	72	72	72

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.501 <sup>a</sup>	.251	.218	1.91071	.251	7.584	3	68	.000

a. Predictors: (Constant), PENDAPATAN, CISCTOTAL, KEPUASANTOTAL

#### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	83.064	3	27.688	7.584	.000 <sup>a</sup>
	Residual	248.255	68	3.651		
	Total	331.319	71			

a. Predictors: (Constant), PENDAPATAN, CISCTOTAL, KEPUASANTOTAL

b. Dependent Variable: LOYALTOTAL

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.847	3.341		-1.451	.151
	KEPUASANTOTAL	.119	.056	.230	2.124	.037
	CISCTOTAL	.378	.136	.299	2.773	.007
	PENDAPATAN	7.193E-7	.000	.283	2.680	.009

a. Dependent Variable: LOYALTOTAL