

PROCEEDINGS

SEMINAR NASIONAL OLAHRAGA LPTK VII

**“Mewujudkan Insan Olahraga yang Inovatif &
Berkarakter dalam Pencapaian Prestasi Olahraga di Asia”**

FIK UNY, 16 Maret 2017



Diterbitkan Oleh:

**Fakultas Ilmu Keolahragaan
Universitas Negeri Yogyakarta**

Alamat : Jl. Kolombo No.1 Telp. (0274) 550826,
Fax. (0274) 513092 Yogyakarta 55281

Website : seminar.uny.ac.id/semnasor-lptk

Email : semnasor.fik@uny.ac.id

Proceedings

Seminar Nasional Olahraga LPTK VIII

dalam rangka Temu Ilmiah dan Kejuaraan LPTK CUP VIII

di Universitas Negeri Yogyakarta

"Mewujudkan Insan Olahraga yang Inovatif & Berkarakter
dalam Pencapaian Prestasi Olahraga di Asia"

Penerbit:

Fakultas Ilmu Keolahragaan
Universitas Negeri Yogyakarta

Tim Seleksi Naskah:

Dr. Or. Mansur, M.S.
Dr. Guntur, M.Pd.
Dr. Subagyo, M.Pd.
Dr. Ahmad Nasrulloh, M.Or.
Caly Setiawan, Ph.D.

Editor:

Saryono, M.Or.
Komarudin, M.A.
dr. M. Ikhwan Zein, Sp. KO.
Fitria Dwi Andriyani, M.Or.

Editor Pelaksana:

Faidillah Kurniawan, M.Or.
Nurhadi Santoso, M.Pd.
Abdul Mahfudin Alim, M.Pd.
Indah Prasetyawati, M.Or.
Yuyun Ari Wibowo, M.Or.
Danang Pujo Broto, M.Or.
Nawan Primasoni, M.Or.

Desain Sampul:

Sugeng Setia Nugroho, A.Md.

Sekretariat:

Humas Fakultas Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Yogyakarta 55281
Jl. Kolombo No. 1 Karangmalang, Yogyakarta. Telp./Fax. (0274) 550826, 513092
E-mail: semnasor.fik@uny.ac.id

Tulisan yang dimuat di Proceedings belum tentu merupakan cerminan sikap dan atau pendapat Penyunting Pelaksana, Penyunting, dan Penyunting Ahli. Tanggung jawab terhadap isi dan atau akibat dari tulisan, tetap terletak pada penulis.

PROCEEDINGS

SEMINAR NASIONAL

OLAHRAGA LPTK VII

**“Mewujudkan Insan Olahraga yang Inovatif &
Ber karakter dalam Pencapaian Prestasi Olahraga di Asia”**

FIK UNY, 16 Maret 2017



Diterbitkan Oleh:

***Fakultas Ilmu Keolahragaan
Universitas Negeri Yogyakarta***

Alamat : Jl. Kolombo No.1 Telp. (0274) 550826,
Fax. (0274) 513092 Yogyakarta 55281

Website : seminar.uny.ac.id/semnasor-lptk

Email : semnasor.fik@uny.ac.id

KATA PENGANTAR

Prosiding ini disusun berdasarkan hasil SEMINAR NASIONAL KEOLAHRAGAAN LPTK VIII Tahun 2017 yang bertemakan "Mewujudkan Insan Olahraga yang Inovatif & Berkarakter dalam Pencapaian Prestasi Olahraga di ASIA". Penyelenggaraan seminar tersebut dimaksudkan untuk mempublikasikan hasil penelitian dan karya ilmiah dalam bidang keolahragaan serta merefleksikan berbagai hal dan isu-isu terkait dengan prestasi olahraga dan budaya olahraga dalam perspektif ilmu keolahragaan yang inovatif dan berkarakter.

Kegiatan Seminar Nasional diikuti peserta yang terdiri atas pakar, peneliti, akademisi dan praktisi dalam bidang keolahragaan di Indonesia.

Ucapan terima kasih kami disampaikan kepada pimpinan Universitas Negeri Yogyakarta dan Panitia Temu Ilmiah dan Kejuaraan LPTK CUP VIII yang telah memberikan kesempatan terselenggaranya Seminar Nasional Olahraga LPTK VIII pada tanggal 16 Maret 2017 di FIK UNY.

Selanjutnya kepada para presenter dan editor, serta pelaksana seminar Nasional ini disampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih atas jerih payahnya sehingga seminar dapat berlangsung dengan baik sampai tersusunnya prosiding ini.

Akhir kata, semoga prosiding ini bermanfaat khususnya dalam bidang keolahragaan serta memberikan rekomendasi pemikiran ilmiah dalam bidang keolahragaan di Indonesia.

Yogyakarta, 16 Maret 2017

Ketua Panitia



Dr. Guntur, M.Pd.

NIP. 19810926 200604 1 001

Daftar Isi

| | |
|----------------------|-----|
| Halaman Sampul..... | i |
| Halaman Judul..... | ii |
| Kata Pengantar | iii |
| Daftar Isi..... | iv |

Pemakalah Utama

| | | |
|---------------------------------------|--|----|
| Dr. R. Isnanta, M.Pd. | Mewujudkan Insan Olahraga Yang Inovatif Dan Berkarakter Dalam Pencapaian Prestasi Olahraga Di Asia | 1 |
| Prof. Dr. Nurhasan M.Kes. | Peran Tes Pengukuran Dan Evaluasi Olahraga Dalam Peningkatan Prestasi Olahraga Di Asia | 36 |
| Prof. Soegiyanto KS, M.S. | Membentuk atlet bermoral dan berprestasi unggul | 77 |
| Dr. Emral Abus, M.Pd. | Pembentukan Tim Nasional Yang Kuat dan Berkarakter dengan Pengembangan Usia Dini | 81 |
| Dr. Miftahul Jannah, M.Psi., Psikolog | Aplikasi dan Implikasi Psikologi Olahraga dalam Pencapaian Prestasi Olahraga | 85 |
| Prof. Dr. Wawan S. Suherman, M.Ed. | Kontribusi Pendidikan Jasmani Terhadap Peningkatan Prestasi Olahraga | 93 |

Pemakalah Pendamping

| | | |
|--|--|-----|
| RR. Betty Retnowulan, Sugiyanto, Sapta Kunta Purnama | Sumbangan Tinggi Badan, Panjang Lengan, Kekuatan Otot Lengan Dan Power Tungkai Terhadap Kemampuan <i>Free Throw Shoot</i> Pada Atlet Bolabasket Putri (Studi Korelasional Kemampuan <i>Free Throw Shoot</i> Pada Atlet Bolabasket Putri Di Yogyakarta) | 105 |
| Ni Luh Kadek Alit Arsani | Manfaat Pemahaman Fisiologi Olahraga Dan Kesehatan Olahraga Dalam Meningkatkan Prestasi Atlet | 114 |
| Yustinus Sukarmin | Pengembangan Model Pembelajaran Korelasi Untuk Materi Pendidikan Keselamatan Dalam Pembelajaran Penjasorkes Di Sekolah Dasar Kelas Bawah | 122 |
| Ridha Mustaqim | Keterampilan <i>Dribbling</i> Ditinjau Dari Kekuatan Otot Tungkai Dan Kelincahan Pada Cabang Olahraga Futsal | 131 |
| Endang Rini Sukamti | Realita Perkembangan Prestasi Senam Kompetitif Tingkat Internasional | 136 |

| | | |
|--|---|-----|
| Made Kurnia Widiastuti Giri, Ketut Indra Purnomo, Putu Adi Suputra, Herka Maya Jatmika | Efektifitas Yoga Terhadap Anxietas pada Atlit | 145 |
| Moch. Yunus | Perbedaan Pengaruh Latihan Kontinu Dan Latihan Interval Terhadap Peningkatan VO2 Maks | 152 |
| Made Budiawan | Implementasi Pendidikan Olahraga Melalui Permainan Tradisional Megoak-Goakan Dalam Upaya Menurunkan Angka Obesitas Pada Anak Usia Dini Berbasis Budaya Lokal Bali Utara | 160 |
| Wasti Danardani | Kecerdasan Majemuk Dalam Renang Indah | 167 |
| Komarudin, Hadi Sartono | Penghargaan Terhadap Atlet PON XIX Tahun 2016 | 175 |
| Ahmad Atiq | Pengembangan Model Latihan Tehnik Dasar <i>Passing</i> Sepakbola | 185 |
| I Wayan Muliarta, Luh Putu Tuti Ariani, I Ketut Suratha | Yoga Sebagai Dimensi Baru Dalam Ilmu Keolahragaan Di Indonesia | 194 |
| Indah Prasetyawati Tri Purnama Sari | Optimalisasi Pelayanan Kesehatan Siswa di Sekolah Melalui Usaha Kesehatan Sekolah (UKS) | 203 |
| Ira Purnamasari MN | Profil Kondisi Fisik Atlet PPLP Judo Jawa Barat | 210 |
| Fajar Adi Nugroho, Iki Afrianda | <i>Edu-Sport Tourism</i> sebagai Prospek Pengembangan Pendidikan melalui Permainan Tradisional untuk Kegiatan Belajar Mengajar Siswa di Era Digital | 216 |
| Aprida Agung Priambadha, Fitria Dwi Andriyani | Teknik Peregangan Yang Tepat Sebagai Sarana Pemaksimalan Prestasi Olahraga | 222 |
| Andrielina Firdausih | Motivasi Dan Komitmen Sebagai Anggota Tim <i>Futsal</i> (Studi Kasus AnggotaTim <i>Futsal</i> Mahasiswa Pascasarjana Jurusan X di Yogyakarta) | 232 |
| Robby Sakti Parevri, Eka Novita Indra | Pengaruh Pnf (<i>Proprioceptive Neuromuscular Facilitation</i>) Terhadap Fleksibilitas Otot | 239 |
| Nur Indah Pangastuti | Ketegaran Mental Atlet Renang Yang Perlu Diketahui Oleh Pelatih | 248 |
| Danang Wicaksono | Merajut Generasi Muda Yang Berkarakter Unggul Melalui Aktifitas Olahraga | 255 |

| | | |
|---|---|-----|
| Silvy Juditya | Minat Siswi Dalam Proses Belajar Dan Mengajar Pendidikan Jasmani | 262 |
| Ratna Budiarti, Sri Mawarti | Pengembangan Musik Pengiring Untuk Musik Pengiring Senam Tiga Generasi | 272 |
| Cerika Rismayanthi | Identifikasi Peran Mata Kuliah Latihan Beban Pada Mahasiswa Prodi Ikor Sebagai Kesiapan Profesi Menjadi <i>Personal Trainer</i> | 278 |
| Siti Nurrochmah dan Tatok Sugiarto | <i>Need Assesment</i> Multimedia Interaktif Bentuk <i>e-Learning</i> Gerakan Langkah Kaki Materi Aktivitas Ritmik Pembelajaran Dikjasor Untuk Siswa Smp Negeri Tumpang Malang | 289 |
| Muchamad Ishak | Optimalisasi Keterampilan Renang Gaya Bebas Melalui Pembelajaran Akuatik Berbasis Pendekatan Bermain | 299 |
| Mochamad Yamin Saputra | Profil Kemampuan Fisik Atlet Bola Tangan Di PON XIX Jawa Barat 2016 | 306 |
| Nur Rohmah Muktiani, Sri Mawarti | Pengelolaan Peserta Didik Di Sekolah Kelas Khusus Olahraga Sman 4 Yogyakarta | 311 |
| Fajar Apollo Sinaga, Rika Nailuvar Sinaga, Rilas Sinaga | Pengaruh Pemberian Vitamin E Terhadap Kadar Hemoglobin Pada Aktifitas Fisik Maksimal Mahasiswa Ilmu Keolahragaan FIK Unimed | 320 |
| FX. Sugiyanto | Evaluasi Pembinaan Atlet Bulutangkis Dalam Rangka Persiapan Asian Games 2014 | 327 |
| Sri Winarni, Sugeng Purwanto, Tri Ani Hastuti | Pengembangan Model Pembelajaran Pendidikan Jasmani Integratif | 334 |
| Lismadiana | Evaluasi Manajemen Pembinaan Klub Olahraga Sekolah Dasar Di Daerah Istimewa Yogyakarta | 345 |
| Riky Dwihandaka | Pengaruh Latihan Aerobik Dan Kapasitas Vital Paru Terhadap Vo2max Atlet Bolavoli Junior Putra Kabupaten Sleman | 351 |
| A.Erlina Listyarini, Nur Rohmah Muktiani, Tri Ani Hastuti | Pengembangan Sarana Net Untuk Pembelajaran Permainan Net Di Sekolah Dasar | 362 |
| Tri Ani Hastuti, Aris Fajar Pambudi | Pengembangan Media Gambar Untuk Pembelajaran Permainan Bola Basket Di Sma | 373 |
| Setyo Budiwanto, Taufik, Febrita Paulina Heynoek | Tes Keterampilan Bolabasket Untuk Mahasiswa | 384 |

| | | |
|-------------------------------|--|-----|
| Suratmin | Meningkatkan Motivasi Berprestasi Dan Percaya Diri Dengan Latihan Relaksasi Dan <i>Imagery</i> | 392 |
| Juriana, Kurnia Tahki | Penerapan Teknik Token Ekonomi Untuk Membangun karakter Disiplin Pemain Sepakbola Junior | 401 |
| Ngatman | Penilaian Otentik (<i>Authentic Assessment</i>) | 409 |
| Dikri Muhammad, Sulistiyono | Survey Citra Klub Sepak Bola Psgc Ciamis | 417 |
| I Ketut Suidiana | Pengembangan Model Pemberdayaan Pantai Lovina Sebagai Ikon <i>Sport Tourism</i> Buleleng-Bali | 425 |
| Setiyawan | <i>Burnout</i> Pada Atlet Usia Dini | 432 |
| Husnul Hadi | <i>Recruiting, Scouting dan Trying Out</i> dalam Pemanduan Bakat Olahraga | 440 |
| Nur Azis Rohmansyah | Pembelajaran Pendidikan Jasmani Olahraga Dan Kesehatan Melalui Bermain | 448 |
| David Siahaan | Pengaruh Kecerdasan Emosi dan Kecemasan Terhadap Kemampuan Servis Tennis | 455 |
| Syahrudin, Achmad Karim | Meningkatkan Kemampuan Gerak Dasar Menggiring Bola Melalui Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Stad Pada Siswa Kelas V Sd Inpres Macciniayo Kabupaten Gowa (Increasing Capacity Through Movement Dribble Basic Model Type Cooperative Learning Stad In Class V Sd Inpres Macciniayo Kabupaten Gowa) | 462 |
| Ibnu Fatkhur Royana | Etika Dan Moral Dalam Pendidikan Jasmani Menuju Insan Yang Sportif | 469 |
| Fathan Nurcahyo | Esensi Dan Nilai-Nilai Permainan Tradisional Dalam Mengembangkan Kemampuan Gerak Dasar Anak | 478 |
| Sumintarsih, Tri Saptono | Pengaruh Metode <i>Massed Practice</i> Dan <i>Distributed Practice</i> Terhadap Peningkatan Keterampilan Teknik Dasar Bulutangkis Pada Atlet Usia Anak Di Klub PB Taruna Sleman Yogyakarta | 486 |
| Rudiyanto, Wahyu Wibowo Eko Y | Perkembangan Olahraga Amatir Dan Profesional di Indonesia | 496 |
| Utvi Hinda Zhannisa | Perkembangan Perseptual Dan Perilaku Gerak Motorik Pada Usia Anak-Anak | 504 |
| Sapto Adi | Pembelajaran Pendidikan Jasmani Melalui Permainan Tradisional Egrang Dan Patil Lele Guna Mengembangkan Kegembiraan, | 510 |

| | | |
|---|---|-----|
| | Keseimbangan, Melatih Otot Kaki Dan Lengan Serta Melatih Keberanian Anak | |
| Aris Fajar Pambudi, Riky Dwihandaka | Mapping Mahasiswa Berprestasi Bidang Olahraga Uny Tahun 2016 | 516 |
| Fajar Sri Wahyuniati | Peranan Latihan Mental Dalam Pencapaian Prestasi Optimal Pada Atlet Senam | 526 |
| Ahmad Lamusu | Kemampuan Melakukan Kayang Melalui Kekuatan Otot Perut Mahasiswa Semester Ii Jurusan Pendidikan Keolahragaan Fakultas Olahraga Dan Kesehatan Negeri Gorontalo | 531 |
| Galih Dwi Pradipta | Kecemasan Mempengaruhi Performa Atlet Dalam Bertanding | 536 |
| Fendi Nugroho, Ali Satia Graha | Pengaruh Masase <i>Frirage</i> Dan Terapi Latihan Dalam Meningkatkan <i>Range Of Movement</i> (Rom) Pada Kasus Cedera Jari Tangan Di Unit Kegiatan Mahasiswa Pencak Silat Putra Universitas Negeri Yogyakarta | 544 |
| Miftah F.P. Putra | Mengkombinasikan Metode: Suatu Alternatif Penelitian Dalam Ilmu Keolahragaan | 554 |
| Rumpis Agus Sudarko, Siswantoyo, Faidillah Kurniawan | Pengembangan Model Buku Pedoman Standar Manajemen Pengelolaan Kelas Khusus Olahraga Bakat Istimewa Olahraga | 563 |
| Gema Fitriady | Perbandingan Hasil Pengukuran <i>Vo2max</i> Antara Tes Laboratorium Dan Tes Lapangan | 567 |
| Fauzi | Validitas, Reliabilitas Asesmen Servis Dan Smash Olahraga Bolavoli | 573 |
| Agung Wahyu Nugroho | Analisis Strategi Pengembangan Olahraga Pariwisata Di Dewabejo, Kabupaten Gunungkidul | 583 |
| Eneng Fitri Amalia | Pengaruh Koordinasi Dan Motivasi Terhadap Hasil Belajar Bermain Tenis Meja : Studi Pada Mahasiswa Pjkr Universitas Suryakencana Cianjur | 593 |
| Deni Rahman Marpaung | Pengaruh Pemulihan Aktif Dengan Pemulihan Pasif Terhadap Penurunan Denyut Nadi Setelah Lari <i>Interval</i> Dengan Menggunakan <i>Treadmill</i> Pada Mahasiswa Jurusan Ikor Fik Unimed | 604 |
| Faidillah Kurniawan, Novi Resmi Ningrum Hari Yulianto | Langsing Dan Bugar Dengan Metode <i>Hypnoslimming</i> | 614 |
| | Analisis Koefisien Cohen's Cappa Untuk Mengukur Reliabilitas Instrumen Keterampilan Bermain Sepakbola Siswa Sso Real Madrid Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta | 621 |

| | | |
|--|--|-----|
| Komarudin, Danardono, Ali Satia Graha | Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Kompetensi Interpersonal Pada Atlet Putih Abu-Abu Futsal Universitas Negeri Yogyakarta (PAF UNY) Dalam Kompetisi <i>Womens Futsal Super League 2016</i> | 629 |
| Hari Amirullah Rachman | Mempertemukan Pemikiran Ki Hajar Dewantara Dengan Nilai-Nilai Pendidikan Jasmani Di Sekolah Dasar Untuk Membangun Karakter Peserta Didik | 637 |
| Albadi Sinulingga, Budi Valianto, Suharjo, Syamsul Gultom, Mesnan | Strategi Implementasi Kurikulum KKNi FIK Unimed | 645 |
| Saharuddin Ita | Cara Menentukan Kebutuhan Energi Seorang Atlet | 653 |

SURVEY CITRA KLUB SEPAK BOLA PSGC CIAMIS

Dikri Muhammad dan Sulistiyono
Universitas Negeri Yogyakarta
dikrimoch@yahoo.co.id dan sulistiyono@uny.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa baiknya citra klub sepak bola PSGC Ciamis di mata konsumennya. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini tidak diketahui jumlahnya atau tidak terhingga. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 272 orang dengan tingkat kesalahannya 10%. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuisioner *online* dengan memanfaatkan aplikasi *Google Docs*. Instrumen penelitian ini memiliki nilai validitas 0,91 dan nilai reliabelitas 0,96. Analisis datanya adalah statistik deskriptif dengan persentase. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa citra klub sepak bola PSGC Ciamis dalam kategori baik dengan persentase 84,6%. Citra klub sepak bola PSGC Ciamis di mata konsumennya secara lebih rinci yaitu: 1) citra perusahaan/pembuat dalam kategori baik dengan persentase 79%, 2) citra pemakai dalam kategori baik dengan persentase 62,5%, 3) atribut yang berhubungan dengan produk dalam kategori baik dengan persentase 49,6%, 4) atribut yang tidak berhubungan dengan produk dalam kategori baik dengan persentase 74,6%, 5) manfaat dalam kategori baik dengan persentase 71,7%, 6) kepribadian merek dalam kategori baik dengan persentase 65,1%, dan 7) evaluasi keseluruhan dalam kategori baik dengan persentase 81,3%.

Kata kunci: citra merek, klub sepak bola, PSGC Ciamis.

PENDAHULUAN

Era globalisasi ini muncul terminologi *sport industry* yang mengkonfirmasi fakta bahwa pada saat ini olahraga tidak hanya sebagai pengisi waktu luang atau olah tubuh melainkan juga menjadi ladang bisnis yang menguntungkan. Industri sepak bola merupakan salah satu dari sekian banyak jenis industri olahraga. Klub sepak bola merupakan sebuah organisasi penghasil produk dalam industri olahraga, karena klub sepak bola dapat menawarkan ke pasar untuk diperhatikan dan dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan para penggemar dan konsumen sepak bola. Pendapatan klub sepak bola diperoleh dari tiga sumber utama, yaitu: penjualan tiket pertandingan, pendapatan hak siar dan komersialisasi (termasuk *sponsorship* dan penjualan *merchandise*) (Elvina C. Pranata & Supatmi, 2014: 42).

Klub sepak bola dalam kegiatan bisnisnya tidak akan lepas dari persaingan. Ancaman persaingan dalam industri klub olahraga tidak hanya datang dari pelaku industri yang sejenis, namun juga dari pesaing yang menawarkan produk yang berbeda dan dapat menggantikan produk yang dijual oleh klub sepak bola. Aaroon C.T. Smith (2008: 62) menyatakan bahwa kompetitor dapat dibedakan menjadi dua tipe, yakni *direct competitor* dan *indirect competitor*. *Direct competitor* dapat didefinisikan sebagai kompetitor yang menjual produk atau jasa yang sama. Contohnya adalah persaingan antar klub sepak bola. Bentuk kedua dari *direct competitor* adalah kompetitor yang menjual produk pengganti yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara lain, seperti perilaku konsumen yang lebih memilih untuk menonton pertandingan bola basket dibandingkan menonton pertandingan sepak bola. Hal ini menunjukkan bahwa yang dibutuhkan konsumen adalah hiburan dalam bentuk pertandingan olahraga dari pada pengalaman untuk menonton olahraga tertentu.

Selanjutnya *indirect competitor* dapat didefinisikan sebagai kompetitor yang menawarkan produk yang berbeda, produk tersebut ditawarkan untuk memenuhi kepuasan yang sama atau mendorong konsumen untuk mendapatkan kepuasan yang berbeda (Aaroon CT Smith, 2008: 63). Dalam kasus industri tontonan pertandingan olahraga, bentuk lain dari hiburan adalah ancaman yang kuat dalam persaingan. Contohnya: bioskop, konser musik, pusat perbelanjaan, restoran dan bahkan televisi adalah cara alternatif untuk mereka menghabiskan waktu luangnya.

Klub sepak bola harus melakukan kegiatan pemasaran dalam rangka memenangkan persaingan bisnis. Pitts dan Stotlar (1996) dalam Harsuki (2013: 210) menyatakan pemasaran adalah proses merencanakan dan melaksanakan kegiatan-kegiatan untuk produksi, pemberian harga, promosi, dan distribusi dari suatu produk olahraga untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan para pelanggan serta untuk mencapai tujuan institusi. Pemasaran merupakan ujung tombak dari kegiatan industri di suatu perusahaan, atau bisa dikatakan sebagai kunci penentu keberhasilan bisnis. Kegiatan pemasaran yang baik akan berdampak pula pada pendapatan yang baik.

Salah satu keunikan dari kegiatan pemasaran yang profesional adalah terciptanya citra merek (*brand image*). Citra merek merupakan serangkaian persepsi yang ada dalam benak konsumen terhadap suatu merek, biasanya terorganisasi menjadi suatu makna (Muhammad Romadhoni 2015: 9). Hubungan terhadap suatu merek akan semakin kuat jika didasarkan pada pengalaman dan mendapat banyak informasi. Citra yang terbentuk dari persepsi mendasari keputusan konsumen untuk membeli produk bahkan loyal terhadap merek. Muhammad Romadhoni (2015: 2) menyatakan bahwa keputusan konsumen untuk membeli suatu produk akan semakin besar jika citra mereknya semakin baik.

Persatuan Sepak Bola Galuh Ciamis (PSGC) merupakan salah satu klub sepak bola profesional di Indonesia yang berbadan hukum Perseroan Terbatas (PT). PSGC *berhomebase* di Kabupaten Ciamis dan pada saat ini berada di divisi utama liga sepak bola profesional Indonesia. Bermaksud di Stadion Galuh Ciamis membuat tim ini memiliki *venue* pertandingan yang sangat strategis. Stadion ini berada di pusat Kabupaten Ciamis berdekatan dengan terminal angkutan umum dan stasiun kereta api. Rumput lapangan yang bagus, serta fasilitas pendukung lainnya yang sangat terawat membuat stadion tersebut sangat representatif untuk menggelar pertandingan skala nasional. Prestasi tertinggi yang telah dicapai adalah sebagai semi-finalis divisi utama tahun 2014, dan menjadi partisipan dalam piala presiden tahun 2015 bersama klub-klub yang berada di kasta tertinggi liga sepak bola profesional Indonesia. Penelitian mengenai *brand image* pada klub PSGC belum pernah dilakukan sebelumnya. Dengan demikian peneliti ingin mengetahui tentang citra merek PSGC di mata konsumennya.

KAJIAN PUSTAKA

Citra Merek

Philip Kotler (dalam Danny Alexander Bastian 2014: 2), citra merek adalah penglihatan dan kepercayaan yang terpendam di benak konsumen, sebagai cerminan asosiasi yang tertahan diingatan konsumen. Kevin Lane Keller (1998: 93) menyatakan bahwa citra merek adalah persepsi tentang merek yang digambarkan oleh asosiasi merek yang ada dalam ingatan konsumen. Erna Ferinda Dewi (2008: 203) berpendapat citra merek merupakan konsep yang diciptakan oleh konsumen karena alasan subjektif dan emosi pribadinya. Bilson Simamora (2003: 92) menyatakan, citra merek merupakan interpretasi akumulasi berbagai informasi yang diterima konsumen. Konsumen adalah yang menginterpretasikan, sedangkan yang diinterpretasikan adalah informasi. Hasil interpretasi bergantung pada dua hal, yakni bagaimana konsumen melakukan interpretasi dan informasi apa yang diinterpretasikan. Berdasarkan beberapa pendapat ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa citra merek adalah penglihatan dan kepercayaan yang terpendam di benak konsumen yang merupakan hasil interpretasi akumulasi berbagai informasi yang diterima oleh konsumen karena alasan subjektif serta emosi pribadinya, sebagai cerminan asosiasi (persepsi) yang tertahan di ingatan konsumen.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek

Menurut Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk (2003: 592), terdapat tiga faktor yang mempengaruhi citra merek, yakni atribut, manfaat dan evaluasi keseluruhan.

1. Atribut: merupakan ciri-ciri atau berbagai aspek dari merek yang diiklankan. Atribut dibagi menjadi dua bagian yaitu hal-hal yang tidak berhubungan dengan produk (contoh: harga, kemasan, pemakai, dan citra penggunaan), dan hal-hal yang berhubungan dengan produk (seperti: warna, ukuran, desain).
2. Manfaat: dibagi menjadi tiga bagian yaitu fungsional, simbolis, dan pengalaman. Fungsional yaitu manfaat yang berusaha menyediakan solusi bagi masalah-masalah konsumsi atau potensi permasalahan yang dapat dialami oleh konsumen, dengan mengasumsikan bahwa suatu merek memiliki manfaat spesifik yang dapat memecahkan masalah tersebut. Simbolis, yaitu diarahkan pada keinginan konsumen dalam upaya memperbaiki diri, dihargai sebagai anggota suatu kelompok, afiliasi, dan rasa memiliki. Sedangkan pengalaman, yaitu konsumen merupakan representasi dari keinginan mereka akan produk yang dapat memberikan rasa senang, keanekaragaman, dan stimulasi kognitif.
3. Evaluasi Keseluruhan (Sikap): merupakan respon yang dimunculkan oleh konsumen terhadap merek, respon tersebut dibuat berdasarkan nilai atau kepentingan subjektif dimana pelanggan menambahkannya pada hasil konsumsi.

Sutisna dan Pawitra (2001: 80) menyatakan citra merek memiliki tiga variabel pendukung, yaitu:

1. Citra pembuat/ perusahaan (*Corporate Image*): merupakan sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap perusahaan yang membuat suatu produk atau jasa. Siswanto Sujoto (2004: 96) menjelaskan terdapat tiga indikator yang membangun citra perusahaan yakni kesan, kepercayaan dan sikap. Indikator sikap dibangun oleh tiga komponen, yakni komponen kognitif (menggambarkan pengetahuan dan persepsi terhadap suatu objek sikap), afektif (perasaan

dan emosi seseorang terhadap suatu objek dengan mengungkapkan penilaian baik atau buruk), dan konatif (menggambarkan kecenderungan dari seseorang untuk melakukan tindakan tertentu yang berkaitan dengan objek sikap).

2. Citra pemakai (*User image*): merupakan sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap pemakai yang menggunakan suatu barang atau jasa.
3. Citra Produk (*Produk Image*): merupakan sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap suatu produk, termasuk didalamnya adalah atribut, kualitas, kemasan, dan manfaat penggunaan.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi citra merek adalah:

1. Citra Pembuat/Perusahaan: merupakan sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap perusahaan yang membuat suatu produk atau jasa.
2. Citra Pemakai: merupakan sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap pemakai yang menggunakan suatu barang atau jasa.
3. Atribut yang berhubungan dengan produk, seperti kualitas, ukuran, desain.
4. Atribut yang tidak berhubungan dengan produk, seperti logo, warna, dsb.
5. Manfaat: yang terdiri dari tiga bagian yaitu fungsional, simbolis, dan pengalaman.
6. Kepribadian klub: merupakan asosiasi (persepsi) yang membayangkan mengenai kepribadian merek apabila merek tersebut seorang manusia.
7. Evaluasi keseluruhan (sikap): merupakan respon yang dimunculkan oleh konsumen terhadap merek, respon tersebut dibuat berdasarkan nilai atau kepentingan subjektif dimana pelanggan menambahkannya pada hasil konsumsi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan metode survei. Penelitian ini dimaksudkan untuk membuat percandraan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat populasi atau daerah tertentu (Sumadi Suryabrata, 2014: 75). Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Ciamis pada bulan Desember 2016 - Januari tahun 2017. Populasi pada penelitian ini adalah para konsumen klub sepak bola PSGC. Teknik pengambilan sampelnya dengan *purposive sampling*, yaitu yaitu teknik penentuan sampel dengan kriteria tertentu. Kriteria sampel penelitiannya yaitu seseorang yang pernah membeli produk klub PSGC, diantaranya: 1) pernah membeli tiket dan menonton pertandingan klub PSGC, 2) pernah membeli *merchandise* klub PSGC, dan 3) pernah menjadi sponsor klub PSGC. Populasi pada penelitian ini tidak diketahui jumlahnya atau tidak terhingga, sehingga jumlah sampelnya ditetapkan dengan mengacu pada tabel *Issac* dan *Michael* yaitu sebanyak 272 orang dengan tingkat kesalahan 10% (Sugiyono, 2013: 161). Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner *online* kepada para konsumen klub sepak bola PSGC melalui media sosial *instagram*, *twitter*, dan *facebook* dari PSGC dan media Maung Galuh.

Analisis data yang dilakukan yaitu mengenai citra klub sepak bola PSGC secara keseluruhan dan citra klub sepak bola PSGC per faktor. Adapun faktor-faktor yang dimaksud diantaranya: 1) citra perusahaan/pembuat, 2) citra pemakai, 3) atribut yang berhubungan dengan produk, 4) atribut yang tidak berhubungan dengan produk, 5) manfaat, 6) kepribadian merek, 7) evaluasi keseluruhan (sikap). Teknik analisis datanya adalah statistik deskriptif dengan persentase. Langkah-langkah analisis datanya sebagai berikut:

1. Hasil data yang telah terkumpul dicari skor rata-rata (*mean*), skor tengah-tengah (median), skor yang sering muncul (modus), dan standar deviasinya dengan menggunakan aplikasi *Microsoft Excel*.
2. Melakukan kategorisasi data yang terdiri dari baik, cukup baik, kurang baik, dan sangat kurang baik. Kategorisasi data dilakukan berdasarkan persentase skor yang di dapatkan, adapun ketentuannya sebagai berikut:
 - a. Kategori Baik = $x > (75\% \times SM)$
 - b. Kategori Cukup Baik = $(55\% \times SM) < x \leq (75\% \times SM)$
 - c. Kategori Kurang Baik = $(40\% \times SM) \leq x \leq (55\% \times SM)$
 - d. Kategori Sangat Kurang Baik = $x < 40\% \times SM$

Keterangan:

x = skor yang didapatkan

SM = skor maksimal yang mungkin didapatkan

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini adalah konsumen klub sepak bola PSGC sebanyak 272 orang. Mayoritas responden pada penelitian ini berjenis kelamin laki-laki sebanyak 257 orang (94%). Sisanya responden perempuan sebanyak 11 orang (4%) dan tidak diketahui jenis kelaminnya sebanyak 4 orang (1%). Responden yang tidak diketahui jenis kelaminnya adalah responden yang tidak mengisi kolom jenis kelamin pada kuisioner. Berdasarkan kategori usia, mayoritas responden pada penelitian ini berkategori usia remaja akhir (17-25 tahun) sebanyak 123 orang (45,2%). Sisanya responden berkategori remaja awal (12-16 tahun) sebanyak 20 orang (7,4%), dewasa awal (26-35 tahun) sebanyak 81 orang (29,8%), dewasa akhir (36-45 tahun) sebanyak 32 orang (11,8%), lansia awal sebanyak 7 orang (2,6%), lansia akhir sebanyak 2 orang (0,7 %), dan tidak diketahui usianya sebanyak 7 orang (2,6%). Responden yang tidak diketahui usianya adalah responden yang tidak mengisi kolom usia pada kuisioner. Berdasarkan daerah asalnya, mayoritas responden pada penelitian ini berasal dari Kabupaten Ciamis sebanyak 214 orang (78,7%). Responden yang berasal dari luar kabupaten ciamis adalah sebanyak 44 orang (16,2%), dan responden yang tidak diketahui daerah asalnya sebanyak 14 orang (5,1%). Responden yang tidak diketahui daerah asalnya adalah responden yang tidak mengisi kolom alamat pada kuisioner.

Deskripsi Hasil Survei Citra Klub Sepak Bola PSGC Ciamis

Citra klub sepak bola PSGC dideskripsikan berdasarkan jawaban responden atas kuisioner *online* yang telah disebar di media sosial *facebook*, *twitter*, dan *instagram* dari PSGC dan Media Maung Galuh. Pendeskripsian data dilakukan dengan mengkategorikan citra klub sepak bola PSGC serta pengkategorian tiap-tiap faktor. Citra klub PSGC terdiri dari tujuh faktor, yakni: 1) citra perusahaan/pembuat, 2) citra pemakai, 3) atribut yang berhubungan dengan produk, 4) atribut yang tidak berhubungan dengan produk, 5) manfaat, 6) kepribadian merek, dan 7) evaluasi keseluruhan. Analisis data tiap faktor secara lengkap disajikan sebagai berikut.

1. Citra Perusahaan atau Pembuat

Analisis pada faktor citra perusahaan/pembuat yang terdiri dari 5 pertanyaan menghasilkan skor minimum sebesar 6, maksimal sebesar 20, rata-rata 17,3, median 17, modus 20, dan standar deviasi sebesar 2,3.

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Citra Klub Sepak Bola PSGC Faktor Citra Perusahaan/ Pembuat

| Kategori | Frekuensi | Presentase |
|--------------------|------------|---------------|
| Baik | 215 | 79.0% |
| Cukup Baik | 52 | 19.1% |
| Kurang Baik | 4 | 1.5% |
| Sangat Kurang Baik | 1 | 0.4% |
| Jumlah | 272 | 100.0% |

Berdasarkan tabel frekuensi di atas, tampak sebegini besar konsumen PSGC memberikan penilaian yang baik terhadap citra klub sepak bola PSGC dari faktor citra perusahaan/pembuat dengan persentase 79%, diikuti dengan kategori cukup baik dengan persentase 19,1%, kurang baik dengan persentase 1,5%, serta sangat kurang baik dengan persentase 0,4%. Jadi dapat disimpulkan bahwa citra klub PSGC dari faktor citra perusahaan/pembuat dalam kategori baik dengan persentase 79%. Hasil diatas menunjukkan bahwa manajemen klub PSGC telah melakukan pekerjaannya dengan baik sehingga mendapatkan penilaian baik di sebagian besar konsumennya. Manajemen klub PSGC juga telah menunjukkan kesan, kepercayaan dan sikap yang baik kepada para konsumennya. Keadaan ini harus dipertahankan dan/atau ditingkatkan oleh manajemen PSGC.

2. Citra Pemakai

Analisis pada faktor citra pemakai yang terdiri dari 5 pertanyaan menghasilkan skor minimum sebesar 7, maksimal sebesar 20, rata-rata sebesar 16,15, median sebesar 16,5, modus sebesar 17, dan standar deviasi sebesar 2,7. Distribusi frekuensi disajikan sebagai berikut.

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Citra Klub Sepak Bola PSGC Faktor Citra Pemakai

| Kategori | Frekuensi | Presentase |
|--------------------|------------|---------------|
| Baik | 170 | 62.5% |
| Cukup Baik | 86 | 31.6% |
| Kurang Baik | 15 | 5.5% |
| Sangat Kurang Baik | 1 | 0.4% |
| Jumlah | 272 | 100.0% |

Berdasarkan tabel frekuensi di atas, tampak sebgain besar konsumen PSGC memberikan penilaian yang baik terhadap citra klub sepak bola PSGC dari faktor citra pemakai dengan persentase 62,5%, diikuti dengan kategori cukup baik dengan persentase 31,6%, kurang baik dengan persentase 5,5%, serta sangat kurang baik dengan persentase 0,4%. Jadi dapat disimpulkan bahwa citra klub PSGC dari faktor citra pemakai dalam kategori baik dengan persentase 62,5%. Citra Pemakai yang dimaksud pada penelitian ini adalah citra *supporter* PSGC. Hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa *supporter* PSGC telah mendapatkan penilaian baik mengenai citranya di sebagian besar konsumen PSGC. Citra ini terbentuk karna para responden memiliki persepsi yang baik mengenai ketidak anarkisan, kesopanan, fanatisme, kekompakan, dan kreatifitas para *supporter*.

3. Atribut yang Berhubungan dengan Produk

Analisis pada faktor atribut yang berhubungan dengan produk yang terdiri dari 4 pertanyaan menghasilkan skor minimum sebesar 6, maksimal sebesar 16, rata-rata 12,6, median 12, modus 12, dan standar deviasi sebesar 2,06. Selengkapnya baca tabel 3. Berdasarkan tabel 3, tampak sebgain besar konsumen PSGC memberikan penilaian yang baik terhadap citra klub sepak bola PSGC dari atribut yang berhubungan dengan produk dengan persentase 49,6%, diikuti dengan kategori cukup baik dengan persentase 46%, kurang baik dengan persentase 3,7%, serta sangat kurang baik dengan persentase 0,7%. Jadi dapat disimpulkan bahwa citra klub PSGC dari faktor atribut yang berhubungan dengan produk adalah baik dengan persentase 49,6%.

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Citra Klub Sepak Bola PSGC Faktor Atribut yang Berhubungan dengan Produk

| Kategori | Frekuensi | Presentase |
|--------------------|------------|---------------|
| Baik | 135 | 49.6% |
| Cukup Baik | 125 | 46.0% |
| Kurang Baik | 10 | 3.7% |
| Sangat Kurang Baik | 2 | 0.7% |
| Jumlah | 272 | 100.0% |

Produk yang diukur pada penelitian adalah tim sepak bola PSGC yang terdiri dari prestasi/kinerja tim, pemain, pelatih, dan permainan sepak bola yang ditampilkan tim PSGC. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebgain besar konsumen PSGC memberikan penilaian yang baik terhadap citra klub PSGC pada faktor atribut yang berhubungan dengan produk dengan persentase 49,6%, ini berarti sisanya 50,4% responden pada penelitian ini memberikan penialain cukup baik, kurang baik, atau sangat kurang baik. Berdasarkan data yang tersaji pada tabel 5 diketahui bahwa kategori cukup baik memiliki persentase 46%, kurang baik 3,7%, dan sangat kurang baik 0,7%. Data tersebut menunjukkan bahwa atribut yang berhubungan dengan produk hampir masuk kedalam kategori cukup baik dengan selisih hanya 3% dari kategori baik, dengan demikian manajemen PSGC harus memperbaiki produknya dengan serius dalam rangka memperbaiki citra mereknya.

4. Atribut yang Tidak Berhubungan dengan Produk

Analisis pada faktor atribut yang tidak berhubungan dengan produk yang terdiri dari 5 pertanyaan menghasilkan skor minimum sebesar 5, maksimal sebesar 20, rata-rata 16,94, median 17, modus 18, dan standar deviasi sebesar 2,48. Distribusi frekuensi disajikan sebagai berikut.

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Citra Klub Sepak Bola PSGC Faktor Atribut yang Tidak Berhubungan dengan Produk

| Kategori | Frekuensi | Presentase |
|--------------------|------------|---------------|
| Baik | 203 | 74.6% |
| Cukup Baik | 59 | 21.7% |
| Kurang Baik | 9 | 3.3% |
| Sangat Kurang Baik | 1 | 0.4% |
| Jumlah | 272 | 100.0% |

Berdasarkan tabel frekuensi di atas, tampak sebgain besar konsumen PSGC memberikan penilaian yang baik terhadap citra klub sepak bola PSGC dari faktor atribut yang tidak berhubungan dengan produk dengan persentase 74,6%, diikuti dengan kategori cukup baik dengan persentase 21,7%, kurang baik dengan persentase 3,3%, serta sangat kurang baik dengan persentase 0,4%. Jadi dapat disimpulkan bahwa citra klub PSGC dari faktor atribut yang tidak berhubungan dengan

produk dalam kategori baik dengan persentase 74,6%. Persentase diatas menunjukkan bahwa selama ini pihak manajemen telah berhasil merancang logo dan indentitas warna klub yang disukai oleh konsumennya. Sejarah yang telah dibuat serta tradisi yang dilakukan klub PSGC juga bernilai baik di mata konsumennya, selain itu kualitas stadion yang digunakan sebagai *venue* pertandingan laga kandang PSGC juga dinilai baik oleh para konsumennya.

5. Manfaat

Analisis pada faktor manfaat yang terdiri dari 5 pertanyaan menghasilkan skor minimum sebesar 5, maksimal sebesar 20, rata-rata 16,9, median 17, modus 20, dan standar deviasi sebesar 2,53. Berdasarkan tabel 5, tampak sebegini besar konsumen PSGC memberikan penilaian yang baik terhadap citra klub sepak bola PSGC dari faktor manfaat dengan persentase 71,7%, diikuti dengan kategori cukup baik dengan persentase 26,1%, kurang baik dengan persentase 1,1%, serta sangat kurang baik dengan persentase 1,1%. Jadi dapat disimpulkan bahwa citra klub PSGC dari faktor manfaat dalam kategori baik dengan persentase 71,7%. Hasil ini didapatkan kerana manfaat dari mengkonsumsi produk klub sepak bola PSGC memiliki nilai yang baik di sebagian besar konsumennya, seperti terpenuhinya kebutuhan konsumen untuk memiliki klub kebanggaan, dapat mengisi waktu luang konsumen, meningkatkan kepercayaan diri konsumen, diharganya konsumen oleh kelompok *supporter*, dan menonton pertandingan PSGC menjadi hiburan yang menyenangkan bagi para konsumen.

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Citra Klub Sepak Bola PSGC Faktor Manfaat

| Kategori | Frekuensi | Presentase |
|--------------------|------------|---------------|
| Baik | 195 | 71.7% |
| Cukup Baik | 71 | 26.1% |
| Kurang Baik | 3 | 1.1% |
| Sangat Kurang Baik | 3 | 1.1% |
| Jumlah | 272 | 100.0% |

6. Kepribadian Merek

Analisis pada faktor kepribadian merek yang terdiri dari 5 pertanyaan menghasilkan skor minimum sebesar 5, maksimal sebesar 20, rata-rata 16,51, median 17, modus 15, dan standar deviasi sebesar 2,64.

Tabel 6. Distribusi Frekuensi Citra Klub Sepak Bola PSGC Faktor Kepribadian Merek

| Kategori | Frekuensi | Presentase |
|--------------------|------------|---------------|
| Baik | 177 | 65.1% |
| Cukup Baik | 82 | 30.1% |
| Kurang Baik | 10 | 3.7% |
| Sangat Kurang Baik | 3 | 1.1% |
| Jumlah | 272 | 100.0% |

Berdasarkan tabel frekuensi di atas, tampak sebegini besar konsumen PSGC memberikan penilaian yang baik terhadap citra klub sepak bola PSGC dari faktor kepribadian merek dengan persentase 65,1%, diikut dengan kategori cukup baik dengan persentase 30,1%, kurang baik dengan persentase 3,7%, serta sangat kurang baik dengan persentase 1,1%. Jadi dapat disimpulkan bahwa citra klub PSGC dari faktor kepribadian merek dalam kategori baik dengan persentase 65,1%. Hasil tersebut perlu ditingkatkan manajemen klub dalam rangka membangun kepribadian merek yang lebih baik.

7. Evaluasi Keseluruhan

Analisis pada faktor evaluasi keseluruhan yang terdiri dari 5 pertanyaan menghasilkan skor minimum sebesar 5, maksimal sebesar 20, rata-rata 17,32, median 18, modus 18, dan standar deviasi sebesar 2,27.

Tabel 7. Distribusi Frekuensi Citra Klub Sepak Bola PSGC Faktor Evaluasi Keseluruhan

| Kategori | Frekuensi | Presentase |
|--------------------|------------|---------------|
| Baik | 221 | 81.3% |
| Cukup Baik | 46 | 16.9% |
| Kurang Baik | 3 | 1.1% |
| Sangat Kurang Baik | 2 | 0.7% |
| Jumlah | 272 | 100.0% |

Berdasarkan tabel 7, tampak sebegini besar konsumen PSGC memberikan penilaian yang baik terhadap citra klub sepak bola PSGC dari faktor evaluasi keseluruhan dengan persentase 81,3%, diikuti dengan kategori cukup baik dengan persentase 16,9%, kurang baik dengan persentase 1,1%, serta sangat kurang baik dengan persentase 0,7%. Jadi dapat disimpulkan bahwa citra klub PSGC dari faktor evaluasi keseluruhan dalam kategori baik dengan persentase 81,3%. Hasil penelitian diatas didapatkan karena kebanyakan konsumen merasa puas setiap kali mengkonsumsi produk klub sepak bola PSGC dan mempunyai kecenderungan untuk mengkonsumsinya kembali, selain itu hasil konsumsi yang telah dilakukan sebegini konsumen telah menimbulkan rasa cinta terhadap klub PSGC dan memiliki keinginan untuk terus mendukung klub PSGC. Alasan terakhir dari hasil penelitian diatas adalah kebanyakan konsumen sebegini adanya penilaian yang baik dari masyarakat Kabupaten Ciamis terhadap klub PSGC.

8. Keseluruhan

Berdasarkan hasil analisis sebelumnya, diketahui bahwa citra klub PSGC pada setiap faktornya berada pada kategori baik. Analisis citra klub PSGC secara keseluruhan yang terdiri dari 34 pertanyaan menghasilkan skor minimum sebesar 42, skor maksimal sebesar 136, rata-rata 113,75, median 116, modus 117, dan standar deviasi sebesar 13,52.

Tabel 8. Distribusi Frekuensi Citra Klub Sepak Bola PSGC secara Keseluruhan

| Kategori | Frekuensi | Presentase |
|--------------------|------------|---------------|
| Baik | 230 | 84.6% |
| Cukup Baik | 39 | 14.3% |
| Kurang Baik | 1 | 0.4% |
| Sangat Kurang Baik | 2 | 0.7% |
| Jumlah | 272 | 100.0% |

Berdasarkan tabel frekuensi di atas, tampak sebegini besar konsumen PSGC memberikan penilaian yang baik terhadap citra klub sepak bola PSGC secara keseluruhan dengan persentase 84,6%, diikuti dengan kategori cukup baik dengan persentase 14,3%, kurang baik dengan persentase 0,4%, serta sangat kurang baik dengan persentase 0,7%. Jadi dapat disimpulkan bahwa citra klub sepak bola PSGC secara keseluruhan dalam kategori baik dengan persentase 84,6%.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa citra klub sepak bola PSGC Ciamis di mata konsumennya dalam kategori baik dengan persentase 84,6%. Citra klub sepak bola PSGC Ciamis di mata konsumennya secara lebih rinci yaitu: 1) citra perusahaan/pembuat dalam kategori baik dengan persentase 79%, 2) citra pemakai dalam kategori baik dengan persentase 62,5%, 3) atribut yang berhubungan dengan produk dalam kategori baik dengan persentase 49,6%, 4) atribut yang tidak berhubungan dengan produk dalam kategori baik dengan persentase 74,6%, 5) manfaat dalam kategori baik dengan persentase 71,7%, 6) kepribadian merek dalam kategori baik dengan persentase 65,1%, dan 7) evaluasi keseluruhan dalam kategori baik dengan persentase 81,3%.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaroon C.T Smith. (2008). *Introduction to Sport Marketing*. Hungary: Butterworth-Heinemann
- Bambang Prasetyo. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Bilson Simamora. 2003. *Aura Merek*. Jakarta: PT. Ikrar Mandiri Abadi
- Danny Alexander Bastian. 2014. "Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol.2, No. 1, Hal. 1-9
- David A. Aaker. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York: Free Press
- Elvina C. Pranata & Supatmi. (2014). "Analisis Kinerja Keuangan pada Klub Sepak Bola (Studi Kasus pada Arsenal, Tottenham Hotspur, dan Everton)". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. XVII. No. 2. Hal. 41-71

- Erna Ferinda Dewi. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Harsuki. (2013). *Pengantar Manajemen Olahraga*. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Kevin Lane Keller. (1998). *How to Mange Brand Equity*. Jakarta: Gramedia Pustaka
- Leon Schiffman, Leslie Lazar Kanuk. (2003). *Perilaku Konsumen Ed. Ketujuh*. New Jersey: Prentice Hall
- Muhammad Romadhoni. (2015). "Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) terhadap pengambilan keputusan Pembeliatn Sepatu Nike Pada Mahasiswa FIK UNY". *Skripsi*. Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta
- Sumadi Suryabrata. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press
- Sutisna dan Pawitra. (2001). *Prilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya