

***Analysis of the Impact of Price, Location, and Brand Image on Sport Loyalty
(Blue Feathe Club Case Study) (Studi Kasus Klub Blue Feather Archery)***

By Muhammad Irsyad Fadhillah

Abstract

The phenomenon of archery is increasingly popular, but there is a phenomenon of decreasing number of customers in 2021 and 2022 while there are increasing prices, remote locations and brand image of archery are the factors taken in this research. The purpose of this study was to determine the factors that influence archery sports loyalty. The population in this study were three branches of the blue feather archery club. Retrieval of sample data using probability sampling with purposive sampling. There were 105 respondents in this study with membership criteria of more than six months. The data collection technique used a questionnaire. Data analysis techniques using SPSS. The results obtained are r-square of 59.9%, meaning that 59.9% of the variable price, location and brand image affect customer loyalty and the remaining 40.1% is influenced by variables outside the research model. The results of the hypothesis show that price has a positive effect on loyalty, meaning that when the price of archery training increases, the level of loyalty from customers to take part in archery increases because the higher the price, the quality of the training provided is also very good, the brand image variable affects the loyalty of members of the Blue Feather Archery club in doing sunnah archery activities means that if the brand image of archery sports has an improved and good impression and image towards the world of Indonesian sports it makes customers more interested and loyal to archery sports, while location factors do not affect the loyalty of members of the Blue Feather Archery club in sunnah archery activities. With this research, it is hoped that the management can improve quality and evaluate it so that member loyalty gets stronger.

Keywords: *archery, brand image, location, loyalty, price*

Analisis Pengaruh Harga, Lokasi, dan Citra Merk Terhadap Loyalitas Olahraga Sunnah Memanah (Studi Kasus Klub *Blue Feather Archery*)

Oleh Muhammad Irsyad Fadhilah

Abstrak

Fenomena olahraga panahan semakin terkenal, tetapi terdapat fenomena menurunnya jumlah pelanggan pada tahun 2021 dan 2022 sedangkan terdapat harga yang meningkat, lokasi yang jauh dan citra merek dari olahraga panahan menjadi faktor yang diambil dalam penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi loyalitas olahraga panahan. Populasi dalam penelitian ini adalah tiga cabang klub blue feather archery. Pengambilan data sampel menggunakan probability sampling dengan purposive sampling. Responden penelitian ini berjumlah 105 dengan kriteria membership yang lebih dari enam bulan Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan SPSS. Hasil didapatkan r-square sebesar 59,9% persen artinya sebesar 59,9% variabel harga, lokasi, dan citra merk mempengaruhi loyalitas pelanggan dan sisanya 40,1% dipengaruhi variabel di luar model penelitian ini. Hasil hipotesis menunjukkan harga berpengaruh positif terhadap loyalitas maknanya ketika harga pelatihan memanah itu meningkat maka tingkat loyalitas dari pelanggan untuk mengikuti panahan meningkat karena semakin tinggi harga maka kualitas dari latihan yang diberikan juga sangat baik, variabel citra merk berpengaruh terhadap loyalitas member klub Blue Feather Archery dalam berkegiatan sunnah memanah maknanya jika citra merek dari olahraga panahan mempunyai kesan dan citra yang meningkat dan baik terhadap dunia olahraga Indonesia hal itu membuat pelanggan semakin tertarik dan loyal terhadap olahraga panahan, sedangkan faktor lokasi tidak berpengaruh terhadap loyalitas member klub Blue Feather Archery dalam berkegiatan sunnah memanah. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan pihak pengelola dapat meningkatkan kualitas dan mengevaluasi agar loyalitas member semakin kuat.

Kata Kunci : citra merek, harga, lokasi, loyalitas, panahan