

**ANALISIS DETERMINAN PERMINTAAN TIKET TUAN
RUMAH KLUB SEPAK BOLA DI SELURUH KASTA LIGA
INGGRIS TAHUN 2010 - 2018**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada
Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

MUHAMAD DAFFARIALTO HASHIDIQ
NIM 12020119130165

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2026

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Muhamad Daffarialto Hashidiq
Nomor Induk Mahasiswa : 12020119130165
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis/Ilmu Ekonomi
Judul Skripsi : Analisis Determinan Permintaan Tiket Tuan Rumah Klub
Sepak Bola di Seluruh Kasta Liga Inggris Tahun 2010 - 2018
Dosen Pembimbing : Maal Naylah, S.E., M.Si.



Semarang, 5 Mei 2026

Dosen Pembimbing,

FEB UNDIP

(Maal Naylah, S.E., M.Si.)

NIP. 198212192018032001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Muhamad Daffarialto Hashidiq
Nomor Induk Mahasiswa : 12020119130165
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis/Ekonomi
Judul Skripsi : Analisis Determinan Permintaan Tiket Tuan Rumah Klub
Sepak Bola di Seluruh Kasta Liga Inggris Tahun 2010 - 2018

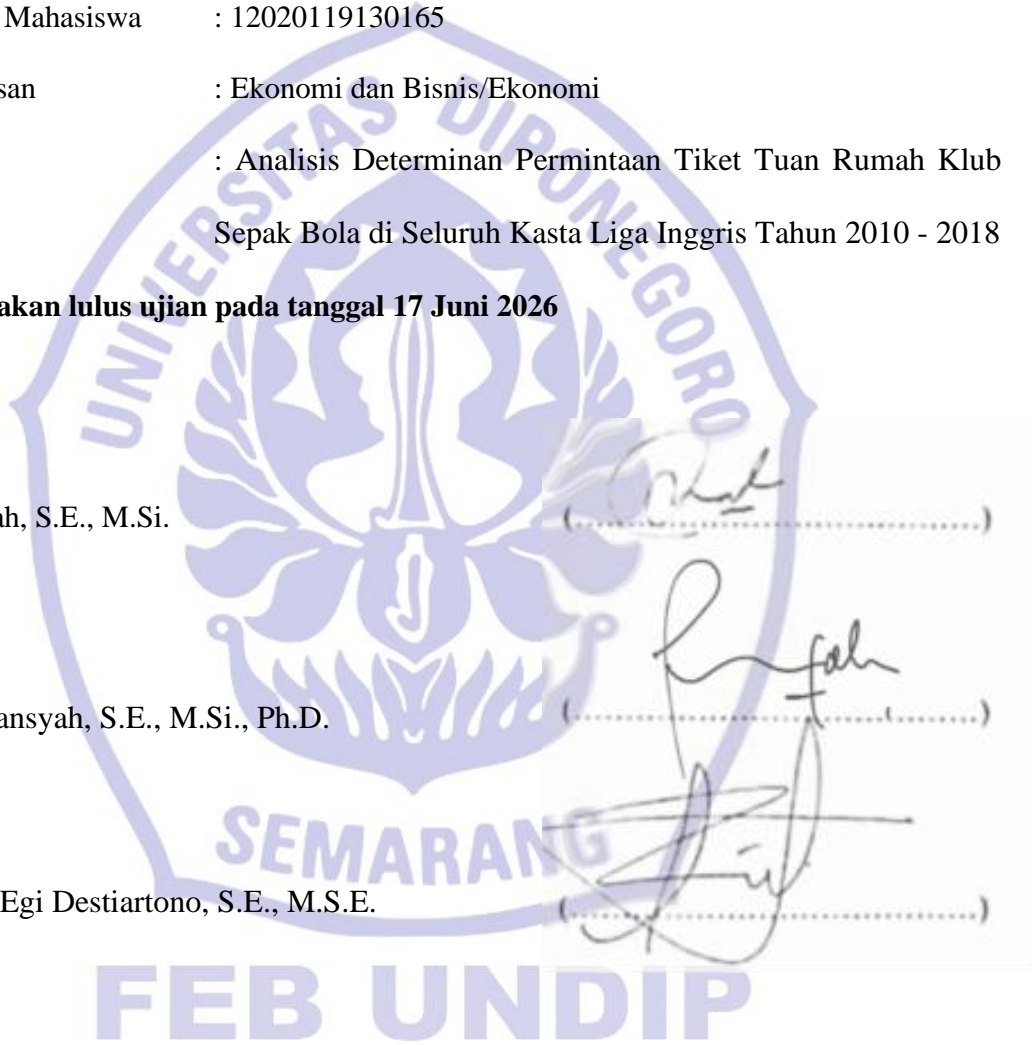
Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 17 Juni 2026

Tim Penguji:

1. Maal Naylah, S.E., M.Si.

2. Prof. Firmansyah, S.E., M.Si., Ph.D.

3. Mohamad Egi Destiarsono, S.E., M.S.E.



PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Muhamad Daffarialto Hashidiq, menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“ANALISIS DETERMINAN PERMINTAAN TIKET TUAN RUMAH KLUB SEPAK BOLA DI SELURUH KASTA LIGA INGGRIS 2010 – 2018”** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan daftar penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima

Semarang, 11 Mei 2026

Yang membuat pernyataan,



(Muhamad Daffarialto Hashidiq)

NIM 12020119130165

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga Tugas Akhir yang berjudul **“ANALISIS DETERMINAN PERMINTAAN TIKET TUAN RUMAH KLUB SEPAK BOLA DI LIGA INGGRIS 2010 - 2018”** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) di Departemen Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro, dengan baik.

Penyusunan ini tidak lepas dari bimbingan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak, untuk itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Faisal, S.E., M.Si., Ph.D., selaku dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
2. Prof. Akhmad Syakir Kurnia, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Ketua Departemen Ekonomi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
3. Wahyu Widodo, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
4. Maal Naylah. S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, diskusi, saran, dan pengarahan dengan penuh kesabaran untuk penulis, serta mendukung seluruh kelancaran dalam pembuatan skripsi sehingga skripsi dapat terselesaikan.
5. Dr. rer. pol. Alfa Farah, S.E., M.Sc. selaku Dosen Wali yang telah mendampingi dan memberi arahan akademik dan non-akademik kepada penulis.
6. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, terkhusus Program Studi Ekonomi, yang telah memberikan bekal pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
7. Bapak Harlan Sumarsono dan Ibu Daisy, Adik Yasmin selaku keluarga yang telah menyayangi, memberikan dukungan berupa materi dan emosional, serta senantiasa mendoakan agar dimudahkan dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Canaya Putri Elya selaku supervisi yang telah bersabar dan berkomitmen untuk menemani penulis.

9. Teman-teman satu angkatan Ekonomi 2019 yang berbagi pengalaman dan pengetahuan selama masa studi.
10. Teman-teman berakhlak baik selama di perkuliahan sampai sekarang, serta selalu menjadi pendengar dan memberikan dukungan kepada penulis, Ruhul, Rei, Ino, Faisal, Aqshal, Hans, Polem, Shadam.
11. Teman-teman satu angkatan Ekonomi 2019 yang berbagi pengalaman dan pengetahuan selama masa studi.
12. Teman-teman yang berakhlak sangat baik sampai sekarang yang selalu memberikan dukungan kepada penulis, Satrio, Kebon, Igun, Arap, Gavin, Bungaran, Gerry, Dika, Rael, Ucil, Jupar, Ririn, Vira, Salisa, dan Valen
13. Teman-teman Jabodetabek, Icad, Fajar, Rosyad, Okto, Fahri, Eben, Masteng, Alvin, Revan, Dendra, Idham, Thomas, Wildan, dan Akbar yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan, semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi semua pihak

Semarang, 16 Juni 2026
Penulis,



(Muhamad Daffarialto Hashidiq)

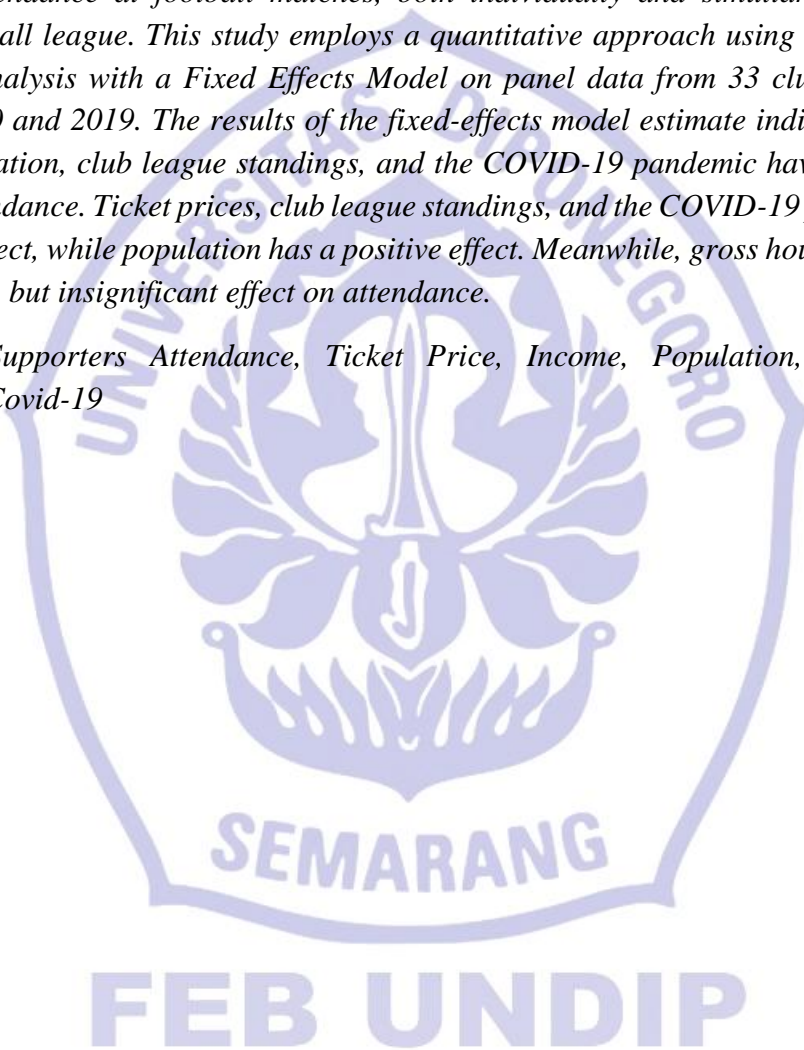
NIM. 12020119130165

FEB UNDIP

ABSTRACT

In the sports economics analysis, demand for matches is represented by the number of supporters attending the stadium. This approach assumes that sports matches are a product consumed directly by spectators. This study aims to analyse how ticket prices, revenue, population, club rankings and the impact of the Covid-19 pandemic in the league affect spectator attendance at football matches, both individually and simultaneously, in the English football league. This study employs a quantitative approach using multiple linear regression analysis with a Fixed Effects Model on panel data from 33 clubs in England between 2010 and 2019. The results of the fixed-effects model estimate indicate that ticket prices, population, club league standings, and the COVID-19 pandemic have a significant effect on attendance. Ticket prices, club league standings, and the COVID-19 pandemic have a negative effect, while population has a positive effect. Meanwhile, gross household income has a positive but insignificant effect on attendance.

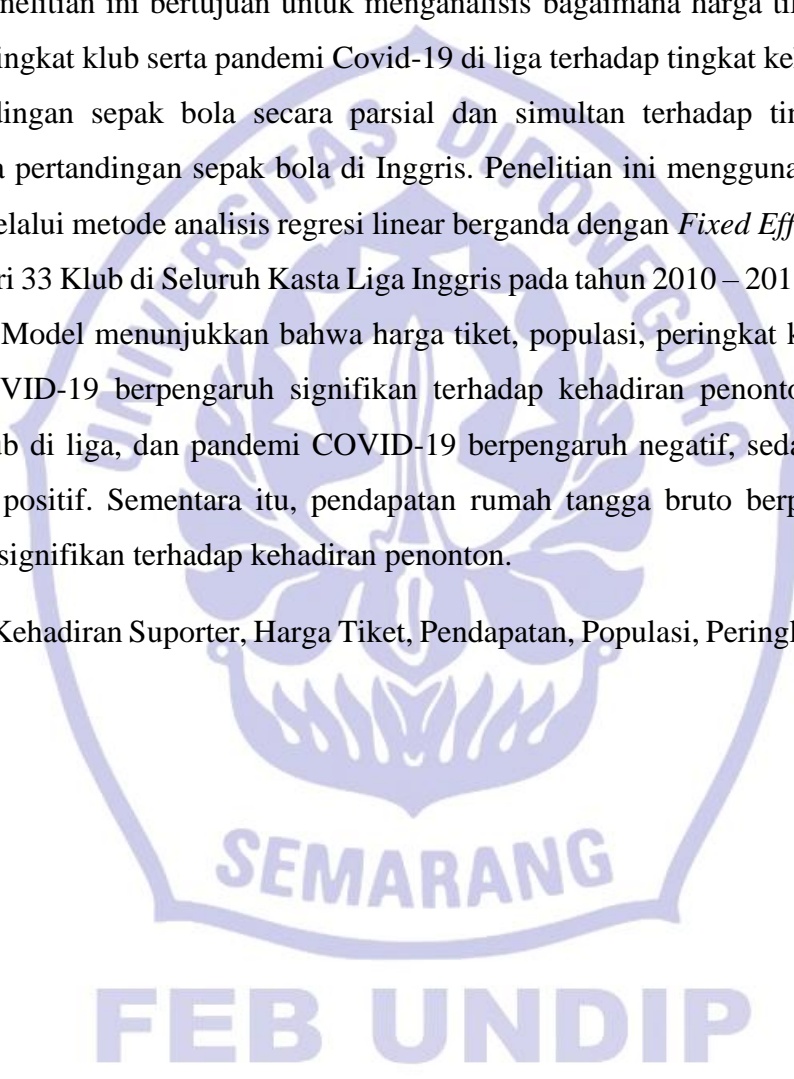
Keywords: Supporters Attendance, Ticket Price, Income, Population, Club league Population, Covid-19



ABSTRAK

Dalam analisis ekonomi olahraga, permintaan terhadap pertandingan direpresentasikan melalui jumlah suporter yang hadir di stadion. Pendekatan ini mengasumsikan bahwa pertandingan olahraga merupakan suatu produk yang dikonsumsi secara langsung oleh penonton. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana harga tiket, pendapatan, populasi, peringkat klub serta pandemi Covid-19 di liga terhadap tingkat kehadiran suporter pada pertandingan sepak bola secara parsial dan simultan terhadap tingkat kehadiran suporter pada pertandingan sepak bola di Inggris. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui metode analisis regresi linear berganda dengan *Fixed Effects Model* pada data panel dari 33 Klub di Seluruh Kasta Liga Inggris pada tahun 2010–2018. Hasil estimasi Fixed Effect Model menunjukkan bahwa harga tiket, populasi, peringkat klub di liga, dan pandemi COVID-19 berpengaruh signifikan terhadap kehadiran penonton. Harga tiket, peringkat klub di liga, dan pandemi COVID-19 berpengaruh negatif, sedangkan populasi berpengaruh positif. Sementara itu, pendapatan rumah tangga bruto berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kehadiran penonton.

Kata Kunci: Kehadiran Suporter, Harga Tiket, Pendapatan, Populasi, Peringkat Klub, Covid-19



DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Ruang Lingkup dan Kebaruan Penelitian.....	10
1.5 Struktur Penulisan	10
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	13
2.1 Literatur Teori.....	13
2.1.1 Teori Permintaan	13
2.1.2 Ekonomi dalam Olahraga	15
2.1.3 Kehadiran Suporter.....	17
2.1.4 Peringkat Klub di Liga	17
2.1.5 Harga Tiket.....	18
2.1.6 Populasi	19
2.1.7 Tingkat Pendapatan	20
2.2 Bukti Empiris.....	21
2.3 Kerangka Teoritis	27
2.4 Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	29
3.1.1 Variabel Dependen	29

3.1.2 Variabel Independen.....	29
3.1.3 Definisi Operasional dan Sumber Data	29
3.1.4 Data Penelitian.....	30
3.2 Tipe dan Sumber Data	32
3.3 Metode Analisis Data	32
3.3.1 Model Persamaan Regresi	33
3.3.2 Metode Estimasi Model Regresi Panel Data.....	33
3.3.3. Pemilihan Model Regresi	35
3.3.4 Uji Asumsi Klasik untuk Data Panel.....	36
3.3.5 Tes Statistik dalam Analisis Regresi	37
BAB IV ANALISIS DAN DISKUSI	40
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	40
4.2 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42
4.2.1 Gambaran Umum Kehadiran Penonton Sepak Bola di Inggris Tahun 2010-2019	42
4.2.2 Gambaran Umum Harga Tiket Penonton Tuan Rumah pada Sepak Bola di Inggris 2010-2019	43
4.2.3 Gambaran Umum Pendapatan Bruto Rumah Tangga pada 33 Kota di Inggris 2010-2019.....	44
4.2.4 Gambaran Umum Populasi pada 33 Kota di Inggris 2010-2019.....	44
4.2.5 Gambaran Umum Peringkat 33 Klub pada Liga di Inggris 2010-2019	46
4.3 Hasil dan Analisis Regresi Data Panel	47
4.3.1 Hasil Uji Penentuan Model.....	47
4.3.2 Hasil Deteksi Penyimpangan Asumsi Klasik	49
4.3.3 Interpretasi Hasil Uji Statistik	53
4.4 Diskusi Hasil	57
4.4.1 Pengaruh Harga Tiket terhadap Permintaan Kehadiran Pendukung	57
4.4.2 Pengaruh Tingkat Pendapatan terhadap Permintaan Kehadiran Pendukung.....	64
4.4.3 Pengaruh Populasi terhadap Permintaan Permintaan Kehadiran Pendukung	66
4.4.4 Pengaruh Peringkat Klub di Liga terhadap Permintaan Kehadiran Penonton....	67
4.4.5 Pengaruh Covid terhadap Permintaan Kehadiran Penonton.....	68
BAB V PENUTUP.....	70

5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Keterbatasan Penelitian	71
5.3 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN	77



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	21
Tabel 4. 1.....	40
Tabel 4. 2.....	47
Tabel 4. 3.....	48
Tabel 4. 4.....	50
Tabel 4. 5.....	51
Tabel 4. 6.....	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	27
Gambar 4. 1.....	42
Gambar 4. 2	43
Gambar 4. 3	44
Gambar 4. 4	45
Gambar 4. 5	46
Gambar 4. 6	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Variabel Dependen Kehadiran Penonton Sepak Bola di 33 Klub.....	77
Lampiran B Hasil Analisis Data.....	106



BAB I

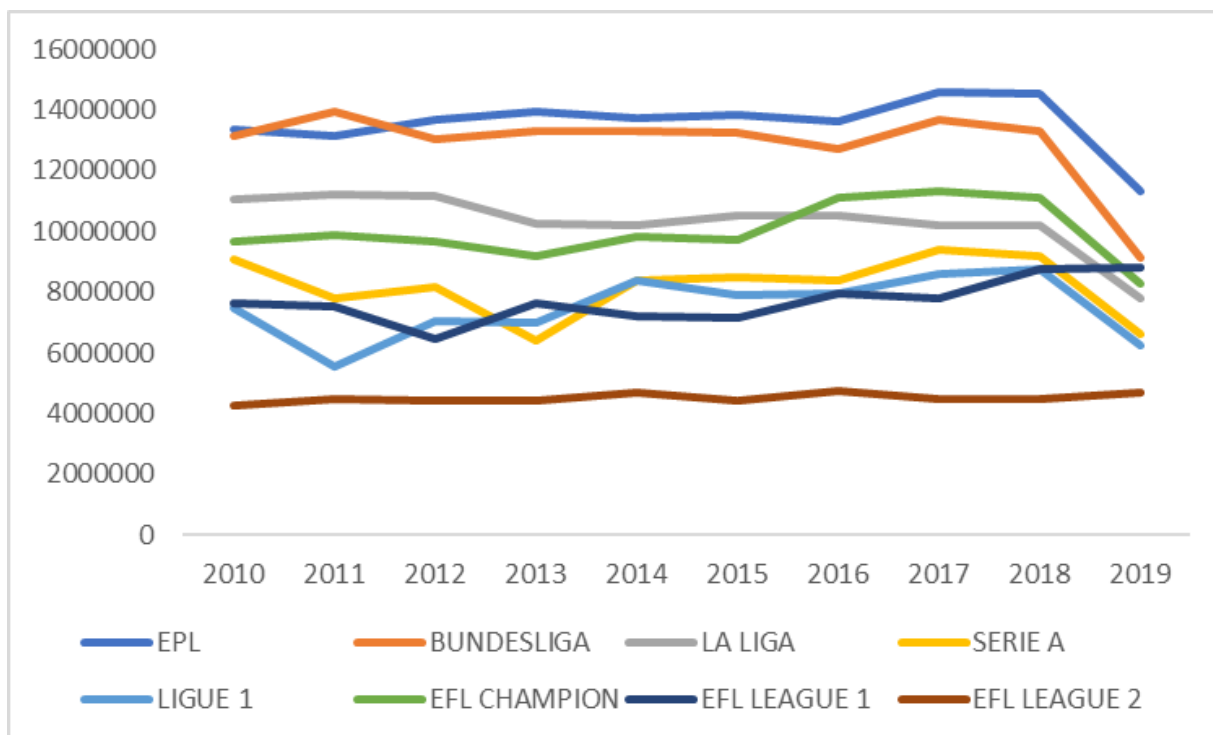
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Suporter merupakan nyawa dari setiap klub sepak bola. Tanpa basis pendukung, sebuah klub akan bermain di hadapan tribun kosong yang kurang menarik bagi sponsor maupun media. Produk utama dari setiap pertandingan terletak pada persaingan dua tim di lapangan beserta supporter yang berperan sebagai *co-producer* karena produksi dan konsumsi pertandingan berlangsung secara bersamaan. Atmosfer stadion yang tercipta dari kehadiran suporter dapat mengubah sebuah pertandingan biasa menjadi pengalaman yang luar biasa. Oleh sebab itu, klub sangat bergantung pada suporter untuk menghasilkan pendapatan, baik dari hari pertandingan, aktivitas komersial, maupun hak siar televisi (Burraimo, 2007).

Dalam beberapa dekade terakhir, industri sepak bola global berkembang pesat seiring meningkatnya hak siar dan penjualan produk terkait klub. Walaupun kontribusi tiket pertandingan terhadap total pendapatan relatif lebih kecil dibandingkan penyiaran dan komersial, tingkat kehadiran penonton tetap menjadi aspek vital. Penyiar televisi enggan menyiarkan laga di depan kursi kosong, sementara penjualan produk hanya mungkin terjadi apabila klub memiliki dukungan yang kuat (Falter & Pérignon, 2000). Szymanski (2001) menegaskan bahwa kepuasan suporter sangat dipengaruhi oleh kesuksesan tim. Permintaan atas pertandingan sepak bola umumnya diukur melalui jumlah suporter di stadion, yang dipengaruhi oleh faktor ekonomi seperti harga tiket, pendapatan, serta ukuran populasi pasar potensial.

Gambar 1. 1
Kehadiran Suporter pada Delapan Liga Top Dunia



*Keterangan: *English Premier League (EPL)*, *English Football League (EFL)*

Sumber: *Data Olahan Pribadi, 2026*

Berdasarkan grafik tersebut, Premier League terlihat konsisten sebagai liga dengan jumlah penonton tertinggi dibandingkan liga lainnya sepanjang periode 2010–2019, meskipun sempat mengalami fluktuasi di beberapa tahun terakhir. Di sisi lain, *EFL League Two* secara konsisten menjadi liga dengan jumlah penonton terendah di antara seluruh liga yang diamati. Hal yang cukup menarik adalah performa *EFL Championship*, meskipun berstatus sebagai kasta kedua di Inggris, mampu mencatat jumlah penonton yang relatif tinggi, bahkan melampaui liga kasta tertinggi seperti *Serie A* dan *Ligue 1* sepanjang musim 2010—2019. Lebih lanjut, dalam empat tahun terakhir, jumlah penonton *EFL Championship* juga berhasil melampaui *La Liga*, yang merupakan liga kasta tertinggi di Spanyol. Fenomena ini menunjukkan tingginya minat dan basis suporter sepak bola di Inggris, bahkan hingga ke level kompetisi di bawah kasta tertinggi.

Tingkat kehadiran supporter dipengaruhi oleh berbagai faktor yang mempengaruhi permintaan, salah satunya adalah harga tiket. Dilansir dari *The Guardian*, pada tahun 2015 Kampanye *Twenty's Plenty* mempertemukan seluruh supporter dengan petinggi Liga Primer Inggris. Para supporter sepak bola dari berbagai klub akan bersatu dalam kampanye yang diprakarsai oleh *Football Supporters' Federation* untuk menekan harga tiket agar tetap terjangkau. Di stadion-stadion yang selalu dipenuhi penonton di seluruh negeri, para supporter yang menciptakan atmosfer luar biasa—yang pada akhirnya membantu meningkatkan nilai kontrak siaran televisi hingga mencapai angka yang fantastis—justru mengangkat spanduk yang menunjukkan ketidakpuasan mereka. Namun, di saat yang sama mereka juga menunjukkan bahwa sepak bola adalah sesuatu yang sulit ditinggalkan. Selama bertahun-tahun, sulit untuk menciptakan gerakan protes yang benar-benar kuat karena para supporter enggan mengambil langkah paling ekstrem, yaitu berhenti datang ke stadion sama sekali dan setiap kali ada satu supporter yang berhenti datang, biasanya selalu ada orang lain yang siap menggantikannya. Sembilan dari sepuluh supporter merasa bahwa biaya menonton sepak bola sudah terlalu mahal. Namun loyalitas dan kecintaan mereka terhadap klub justru dimanfaatkan. Kampanye ini dimulai oleh FSF setelah muncul gelombang kemarahan besar dari para supporter terkait mahalnya harga tiket tandang pada musim sebelumnya. Kampanye tersebut telah memberikan beberapa hasil positif. Tantangan berikutnya adalah menjaga tekanan agar klub-klub terus mempertimbangkan tuntutan para supporter (*The Guardian*, 2015).

Dilansir dari *The Guardian* pada tahun 2013, muncul aksi demonstrasi dari supporter terhadap Liga Inggris. Hal tersebut bermula dari beberapa pertemuan yang diadakan oleh lebih dari 15 kelompok supporter di wilayah barat laut Inggris dan London. Kelompok supporter *Liverpool*, *Spirit of Shankly*, menjadi penggerak utama setelah muncul berbagai

protes mengenai mahalnnya harga tiket tandang di Stadion *Emirates* dan stadion lainnya pada musim sebelumnya. Penyelenggara aksi mengatakan bahwa tingkat kerja sama yang ditunjukkan para suporter kali ini merupakan sebuah titik balik. Kemarahan mereka semakin besar setelah diumumkannya kontrak hak siar televisi baru senilai £5,5 miliar. *Stephen Martin* dari *Spirit of Shankly* mengatakan dengan adanya uang sebesar itu dari hak siar televisi, seharusnya tidak ada klub sepak bola yang menaikkan harga tiket. Selama ini mereka bisa melakukannya karena tidak ada yang menantang mereka. Sekarang tantangan itu dimulai. Selain masalah harga tiket, para suporter juga merasa semakin jauh dari klub-klub mereka. Mereka mengatakan bahwa mereka memahami realitas sepak bola modern dan tidak ingin kembali ke masa lalu. Namun, mereka sangat frustrasi karena merasa klub-klub tidak mau mendengarkan suara para pendukungnya. Banyak suporter berpendapat bahwa kontribusi mereka dalam menciptakan atmosfer pertandingan kurang dihargai. Atmosfer yang mereka ciptakan menjadi bagian penting dari produk televisi yang kini bernilai £5,5 miliar selama tiga musim. Fakta bahwa jumlah penonton meningkat bukan berarti para suporter senang dengan harga tiket yang ada. Lalu ia menambahkan bahwa sepak bola sekarang mulai berubah menjadi olahraga untuk kalangan berduit, bukan lagi kegiatan sederhana yang bisa dinikmati ayah dan anak bersama. Sudah sampai pada titik di mana orang mungkin hanya mampu menonton satu atau dua pertandingan dalam satu musim.

Fenomena tersebut tidak bersifat eksklusif di Inggris, melainkan juga terjadi di salah satu liga Eropa lainnya, Salah satu fenomena tersebut terjadi di Jerman tahun 2010 yang dikenal dengan kampanye *Kein Zwanni für nen Steher*. Kampanye tersebut menunjukkan bagaimana protes suporter *Borussia Dortmund* terhadap kenaikan harga tiket derby melawan *Schalke 04* mampu memengaruhi kebijakan klub. Di Inggris, konflik serupa terjadi pada *Manchester City* ketika kenaikan harga tiket memicu ketegangan antara klub dan suporter,

meskipun kontribusi hari pertandingan hanya sekitar £71,9 juta dari total pendapatan £640,8 juta. Hal ini menegaskan bahwa strategi harga harus mempertimbangkan loyalitas dan daya beli suporter (Mullin et al., 2007; Watanabe et al., 2013).

Selain harga tiket, faktor demografis juga memengaruhi tingkat kehadiran suporter. Ukuran pasar, yang diukur melalui populasi wilayah tempat klub berada, menjadi salah satu determinan utama dalam literatur ekonomi olahraga. Ukuran populasi mempengaruhi besarnya basis pendukung potensial, sehingga berdampak langsung pada tingkat kehadiran supporter dan penerimaan hari pertandingan (Burdekin, 2012).

Faktor performa klub juga tidak kalah penting. Borland dan Macdonald (2003) menekankan bahwa performa di lapangan merupakan salah satu penentu utama kehadiran suporter. Neale (1964) menyebutkan bahwa kedudukan liga mempengaruhi minat publik. Posisi liga menjadi ukuran kinerja jangka panjang, di mana keberhasilan klub tidak hanya berarti peluang juara, tetapi juga lolos ke kompetisi Eropa dan menghindari degradasi ke kasta bawah (Forrest & Simmons, 2002). Szymanski (2010) menambahkan bahwa posisi liga lebih representatif untuk menilai bahwa tim tersebut memiliki performa yang konsisten dibandingkan hasil kompetisi piala yang bersifat undian.

Dilansir dari *Premier League* (2016), musim 2015/16 bagi klub *Leicester City* menjadi contoh nyata hubungan performa dan kehadiran. Kesuksesan *Leicester City* menjuarai Premier League diperkirakan menarik 120.000 suporter tambahan ke *King Power Stadium*. Bahkan, kampanye mereka di Liga *Champions* pertama kali mampu menarik sekitar 10.000 suporter internasional. Sebagai hasil dari keberhasilan tim di lapangan pada musim tersebut, tingkat keterisian stadion mencapai 98,5% dari kapasitas yang tersedia, dengan rata-rata jumlah penonton di *King Power Stadium* meningkat menjadi 31.693 orang per pertandingan. Pendapatan klub meningkat lebih dari tiga kali lipat menjadi £104,4 juta

dibandingkan £31,2 juta pada tahun sebelumnya, setelah *x* berhasil mempertahankan statusnya di *Premier League* pada Mei 2015. Klub juga menginvestasikan tambahan dana sebesar £25 juta untuk merekrut pemain baru, setelah sebelumnya mengikat beberapa pemain dengan kontrak jangka panjang. Hal ini menyebabkan biaya staf meningkat sebesar £20,7 juta menjadi £57 juta.

Tidak semua suporter memiliki loyalitas yang sama selama masa-masa sulit sebuah klub. *Leeds United* menarik lebih dari 39.000 suporter liga pada tahun 2000 saat klub tersebut berada di puncak *Premier League*, angka yang turun menjadi hanya 29.000 saat klub tersebut terdegradasi ke *Championship*, dan kemudian turun di bawah 25.000 saat klub tersebut terpuruk ke *League One*. Tentu saja selalu ada suporter yang akan setia mengikuti klub dan yang tidak setia, di mana mereka lebih tertarik pada kesuksesan (Barajas & Crolley, 2005). Berbeda dengan *Leeds*, fenomena di liga spanyol—suporter *Atlético de Madrid*—menunjukkan loyalitas yang luar biasa. Pada musim 2000/2001, ketika tim tersebut bermain di kasta kedua Spanyol, rata-rata kehadiran suporter di pertandingan mereka tetap jauh lebih tinggi dibanding sebagian besar klub kasta utama (Barajas & Crolley, 2005).

Penelitian mengenai permintaan penonton sepak bola telah berkembang selama beberapa dekade dengan fokus, metodologi, dan faktor penentu yang beragam. Salah satu studi paling awal dilakukan oleh Hart et al., (1975) melalui artikel berjudul *A Statistical Analysis of Association Football Attendances*. Tujuan studi ini adalah untuk menyusun dan memperkirakan model statistik kehadiran penonton sepak bola untuk 4 klub Divisi Pertama Inggris. Dengan menggunakan data dari musim 1969/70–1971/72, para penulis menerapkan model regresi OLS. Data deret waktu dari beberapa klub digabungkan dalam satu kumpulan data, namun estimasi parameter dilakukan secara terpisah untuk masing-masing klub. Pendekatan ini digunakan karena hubungan antara variabel-variabel penelitian dan jumlah

penonton dianggap berbeda antar klub, sehingga penggunaan satu koefisien yang sama untuk seluruh klub dinilai kurang tepat. Variabel independen yang digunakan meliputi populasi, jarak tempuh suporter, dan posisi klub di liga

Pada tahun 1982, Peter J. W. N. Bird menerbitkan penelitian "*The Demand for League Football*" yang berfokus pada penjelasan penurunan jangka panjang kehadiran penonton Liga Sepak Bola di Inggris. Studi ini menggunakan data *time-series* agregat yang mencakup musim 1948/49–1979/80 dan memperkirakan persamaan permintaan logaritmik untuk total kehadiran liga. Bird memasukkan beberapa variabel independen seperti harga tiket, biaya transportasi, pengeluaran konsumen sebagai proksi pendapatan, variabel tren, dan variabel dummy perubahan struktural. Studi tersebut menyimpulkan bahwa kehadiran penonton sepak bola berperilaku sebagai barang inferior dengan elastisitas harga permintaan terhadap kehadiran penonton sepak bola sebesar -0,22 dan elastisitas pendapatan sebesar -0,62.

Kemudian, Dobson dan Goddard memperluas kajian tersebut melalui studi mereka tahun 1995 yang berjudul "*The Demand for Professional League Football in England and Wales, 1925–92.*" Tujuan studi ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor penentu kehadiran penonton sepak bola dalam jangka menengah dan panjang serta menjelaskan perbedaan tingkat dukungan terhadap klub di Inggris dan Wales. Dengan menggunakan data dari tahun 1925–1992, para penulis menerapkan pendekatan empiris dua tahap yang terdiri dari persamaan kehadiran deret waktu dinamis dan analisis cross-sectional untuk 94 klub. Variabel independen yang mereka gunakan meliputi efek loyalitas, kesuksesan permainan, nilai hiburan, harga tiket masuk, ukuran pasar, komposisi sosial ekonomi, usia klub, dan persaingan dari klub-klub di sekitarnya. Studi ini menemukan bukti adanya efek harga yang

signifikan dan efek loyalitas jangka panjang dalam permintaan kehadiran penonton sepak bola.

Pada tahun 1996, Robert Simmons menerbitkan buku berjudul *The Demand for English League Football: A Club-Level Analysis* untuk menyelidiki faktor-faktor ekonomi yang memengaruhi jumlah penonton sepak bola di tingkat klub sambil mengendalikan faktor-faktor yang spesifik bagi sepak bola. Studi ini menganalisis data dari 19 klub besar Inggris selama musim 1962/63–1991/92 dengan menggunakan Model Koreksi Kesalahan (ECM). Variabel independen yang digunakan dalam studi ini meliputi harga tiket riil, pendapatan riil, posisi liga, jumlah gol yang dicetak, status promosi dan degradasi, serta penyesuaian tiket musiman. Temuan menunjukkan bahwa harga tiket secara signifikan memengaruhi kehadiran penonton, terutama di kalangan penonton kasual daripada pemegang tiket musiman.

Szymanski dan Smith (1997) mengestimasi persamaan kehadiran penonton dan pendapatan sebagai bagian dari model yang lebih besar yang berupaya menangkap pengaruh sisi permintaan maupun sisi penawaran terhadap trade-off antara performa tim dan keuntungan yang dihadapi pemilik klub. Dalam estimasi kehadiran penonton yang menggabungkan data dari 48 klub selama periode 1974–1989, diperoleh estimasi elastisitas harga sebesar -0,76. Ketika serangkaian variabel dummy waktu dimasukkan ke dalam model, estimasi tersebut turun menjadi -0,34. Tidak ada ukuran pendapatan maupun pengangguran yang dimasukkan sebagai variabel penjelas.

Penelitian ini bertujuan untuk meneruskan penelitian penelitian terdahulu dengan menggunakan data terkini dari tahun 2010–2018, sehingga analisis dapat menangkap perkembangan tahun terkini dalam sepak bola. Secara metodologis, penelitian ini menggunakan analisis data panel dengan menggabungkan data cross-sectional dan *time-*

series, yang diharapkan dapat menghasilkan hasil estimasi yang lebih komprehensif dan efisien dibandingkan dengan pendekatan *cross-section* atau *time-series* murni. Selain itu, penelitian ini secara bersamaan menganalisis lima variabel independen, yaitu harga tiket, pendapatan, peringkat liga, dan populasi penduduk dalam menjelaskan permintaan penonton sepak bola. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan analisis yang lebih terkini mengenai faktor-faktor penentu kehadiran penonton sepak bola dalam industri sepak bola Inggris modern.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga tiket, pendapatan, populasi, peringkat klub di liga terhadap tingkat kehadiran suporter pada pertandingan sepak bola di seluruh kasta liga inggris?
2. Bagaimana harga tiket, pendapatan, populasi, peringkat klub di liga berpengaruh secara simultan terhadap tingkat kehadiran pendukung pada pertandingan sepak bola di seluruh kasta liga inggris?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis bagaimana harga tiket, pendapatan, populasi, peringkat klub di liga terhadap tingkat kehadiran suporter pada pertandingan sepak bola di seluruh kasta liga inggris.

2. Menganalisis bagaimana harga tiket, pendapatan, populasi, peringkat klub di liga berpengaruh secara simultan terhadap tingkat kehadiran suporter pada pertandingan sepak bola di seluruh kasta liga Inggris

1.4 Ruang Lingkup dan Kebaruan Penelitian

Sejauh pengetahuan penulis, masih terdapat kesenjangan penelitian terkait analisis permintaan kehadiran penonton sepak bola, khususnya dalam memahami pengaruh gabungan antara harga tiket, jumlah penduduk, tingkat pendapatan, dan performa klub dalam konteks sepak bola Inggris. Penelitian-penelitian sebelumnya umumnya hanya berfokus pada faktor tertentu atau periode waktu yang sudah lampau. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada analisis pengaruh harga tiket, populasi, pendapatan, dan peringkat klub terhadap tingkat kehadiran penonton pada 33 klub sepak bola di Inggris selama periode 2010–2018.

1.5 Struktur Penulisan

Bab I: Pendahuluan

Bab ini menjelaskan latar belakang penelitian, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, ruang lingkup, serta kebaruan dari penelitian ini. Industri sepak bola di Inggris telah mengalami pertumbuhan yang signifikan selama satu dekade terakhir, dengan tingkat kehadiran penonton pertandingan menjadi faktor penting dalam menentukan pendapatan klub dan keterlibatan penggemar. Namun, terdapat berbagai faktor yang dapat memengaruhi tingkat kehadiran tersebut, seperti harga tiket, jumlah penduduk, tingkat pendapatan, dan peringkat klub di liga. Meskipun perkembangan komersial sepak bola Inggris sangat pesat, penelitian yang menganalisis faktor-faktor penentu kehadiran penonton

dengan menggunakan data multi-tahun masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga tiket, populasi, pendapatan, dan peringkat klub terhadap tingkat kehadiran penonton klub sepak bola di Inggris selama periode 2010–2019.

Bab II: Tinjauan Pustaka

Bab ini membahas landasan teori yang berkaitan dengan permintaan kehadiran penonton, perilaku konsumen dalam olahraga, serta penelitian-penelitian terdahulu yang relevan. Selain itu, bab ini juga memuat hasil penelitian sebelumnya dalam bidang ekonomi sepak bola serta kerangka konseptual dan hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini.

Bab III: Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan rancangan penelitian, variabel dan pengukurannya, jenis serta sumber data, dan metode analisis yang digunakan. Penelitian ini menggunakan regresi data panel untuk menguji pengaruh harga tiket, populasi, pendapatan, dan peringkat klub terhadap tingkat kehadiran penonton. Data diperoleh dari situs resmi klub, basis data statistik sepak bola seperti FBref, data kota dari (ONS), serta sumber berita lokal terkait informasi harga tiket.

Bab IV: Analisis dan Pembahasan

Bab ini menyajikan hasil analisis secara rinci, termasuk deskripsi objek penelitian, pengolahan data, estimasi model, dan pengujian hipotesis. Pembahasan dilakukan dengan menginterpretasikan hasil penelitian berdasarkan teori dan temuan studi sebelumnya, untuk memberikan pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kehadiran penonton sepak bola di Inggris.

Bab V: Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan utama yang diperoleh dari hasil penelitian. Lalu, bab ini juga memberikan saran untuk peneliti selanjutnya agar dapat melengkapi serta memperbaharui penelitian selanjutnya. Terakhir, terdapat keterbatasan yang dilakukan peneliti dan diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk melengkapi keterbatasan tersebut.



BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Literatur Teori

2.1.1 Teori Permintaan

Menurut Mankiw, hukum permintaan menyatakan bahwa, dengan asumsi faktor-faktor lain dianggap tetap, terdapat hubungan negatif antara harga suatu barang dan jumlah yang diminta. Ketika harga suatu barang meningkat, jumlah yang diminta konsumen akan menurun. Sebaliknya, ketika harga suatu barang menurun, jumlah yang diminta akan meningkat. Hubungan antara harga dan jumlah yang diminta tersebut digambarkan melalui kurva permintaan yang memiliki kemiringan negatif, yang menunjukkan bahwa perubahan harga akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Hal tersebut akan menyebabkan pergerakan sepanjang kurva permintaan

Berikut merupakan fungsi permintaan:

$$[D_x = f (P_x , M, P_s ; P_c , T, P)] \quad (2.1)$$

D_x = kuantitas yang diminta dari produk

P_x = harga produk

M = pendapatan uang konsumen

P_s = harga penggantinya

P_c = harga barang pelengkapanya

T = Selera

P = Jumlah Pembeli

Ada beberapa faktor yang membuat pergeseran suatu kurva menurut Mankiw, yaitu:

1. Pendapatan:

Jika permintaan terhadap suatu barang menurun saat penghasilan menurun, barang tersebut disebut barang normal. Jika permintaan terhadap suatu barang meningkat saat penghasilan menurun, barang tersebut disebut barang inferior.

2. Preferensi Konsumen:

Para ekonom biasanya tidak berusaha menjelaskan preferensi masyarakat karena preferensi tersebut didasarkan pada faktor-faktor historis dan psikologis yang berada di luar ranah ekonomi. Namun, para ekonom memang mengkaji apa yang terjadi ketika preferensi tersebut berubah.

3. Ekspektasi:

Ekspektasi konsumen terhadap masa depan dapat memengaruhi permintaan Anda terhadap suatu barang atau jasa saat ini. Jika konsumen memperkirakan akan memperoleh penghasilan yang lebih tinggi bulan depan, konsumen mungkin memilih untuk menabung lebih sedikit saat ini dan menghabiskan lebih banyak dari penghasilan konsumen saat ini untuk membeli suatu barang. Jika konsumen memperkirakan harga suatu barang akan turun besok, konsumen mungkin kurang bersedia membeli barang tersebut dengan harga saat ini.

4. Jumlah Pembeli:

Selain dipengaruhi oleh faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumsi individu, permintaan pasar juga ditentukan oleh jumlah konsumen dalam suatu pasar. Bertambahnya jumlah konsumen akan meningkatkan jumlah permintaan pada setiap

tingkat harga, sehingga mengakibatkan terjadinya peningkatan permintaan pasar secara keseluruhan.

5. Barang Terkait

Ketika penurunan harga suatu barang mengurangi permintaan terhadap barang lain, kedua barang tersebut disebut barang pengganti. Barang substitusi sering kali berupa pasangan barang yang digunakan sebagai pengganti satu sama lain. Ketika penurunan harga suatu barang meningkatkan permintaan terhadap barang lain, kedua barang tersebut disebut barang pelengkap. Barang pelengkap sering kali berupa pasangan barang yang digunakan bersama-sama.

2.1.2 Ekonomi dalam Olahraga

Menurut Mill (1900) dan Marshall (1952), ilmu ekonomi pada dasarnya mempelajari produksi, distribusi, dan konsumsi kekayaan, termasuk interaksi antara kebutuhan manusia dan kelangkaan sumber daya. Perspektif ini relevan dalam konteks olahraga profesional, karena dalam penyelenggaraan pertandingan uang berpindah tangan mulai dari proses produksi, distribusi, hingga konsumsi olahraga. Pemain diperoleh melalui mekanisme transfer dan kontrak yang membutuhkan pendanaan, sementara klub memperoleh pemasukan melalui penjualan tiket. Oleh karena itu, olahraga profesional dapat dipandang sebagai suatu proses ekonomi di mana faktor produksi seperti tenaga kerja, pemain dan pelatih, serta aset dalam bentuk stadion, peralatan, dan infrastruktur untuk menghasilkan produk berupa pertandingan yang kemudian dijual kepada konsumen secara langsung di stadion (Downward et al., 2009).

Pendekatan ekonomi dalam menganalisis fenomena olahraga berakar pada pemikiran Lionel Robbins yang menekankan bahwa ekonomi bertujuan untuk menghasilkan generalisasi atau “hukum” perilaku manusia dalam kondisi keterbatasan. Dalam kerangka ini, individu diasumsikan sebagai agen rasional yang mampu membuat pilihan optimal di antara berbagai alternatif yang tersedia. Lebih lanjut, Milton Friedman menegaskan bahwa validitas suatu teori ekonomi tidak ditentukan oleh realisme asumsi yang digunakan, melainkan oleh kemampuan teori tersebut dalam menghasilkan prediksi yang akurat dan dapat diuji secara empiris. Dengan demikian, model ekonomi dapat dibangun menggunakan pendekatan ekonomi positif, yaitu berfokus pada penjelasan fenomena aktual yang dapat diuji menggunakan data, seperti menganalisis hubungan antara harga tiket, performa tim, dan jumlah penonton. (Downward et al., 2009).

Berbeda dengan struktur pasar persaingan sempurna pada umumnya di mana produk bersifat homogen dan produsen bertindak sebagai *price taker*, industri olahraga profesional memiliki karakteristik yang unik. Liga sepak bola profesional seperti di Inggris pada dasarnya beroperasi menyerupai kartel industri, di mana setiap klub memiliki kekuatan pasar layaknya monopoli lokal atas suporter mereka. Kekuatan monopoli lokal ini muncul karena klub menawarkan produk yang sangat terdiferensiasi. Hal ini menjadikan klub sepak bola bertindak sebagai *price maker* yang beroperasi pada kurva permintaan yang inelastis terhadap harga (Szymanski, 2010).

Lebih lanjut, Walter C. Neale (1964) mengidentifikasi bahwa industri olahraga memiliki struktur pasar yang berbeda dari industri konvensional karena adanya kebutuhan mutlak akan lawan bertanding. Dalam bisnis pada umumnya, monopoli murni tanpa pesaing adalah kondisi yang paling menguntungkan. Namun dalam olahraga, sebuah klub tidak dapat memproduksi pertandingan sendirian; hal ini dikenal sebagai paradoks Louis-

Schmeling. Pertandingan olahraga merupakan produk yang dihasilkan melalui produksi bersama (joint production) antara dua tim yang saling bersaing di lapangan.

2.1.3 Kehadiran Suporter

Dalam analisis ekonomi olahraga, variable permintaan terhadap tiket direpresentasikan melalui jumlah suporter yang hadir di stadion. Hal tersebut menjelaskan bahwa pertandingan olahraga merupakan suatu produk yang dikonsumsi secara langsung oleh suporter. Dalam praktik empiris, jumlah suporter yang membayar tiket sering digunakan sebagai proksi permintaan karena keterbatasan data. Namun, terdapat asumsi implisit bahwa seluruh penonton memiliki karakteristik dan perilaku yang homogen. Padahal, dalam kenyataannya terdapat perbedaan antara penonton pemegang tiket musiman, tiket korporat, dan suporter biasa yang membeli tiket secara langsung (Downward et al., 2009).

2.1.4 Peringkat Klub di Liga

Dalam teori permintaan konsumen, preferensi umumnya diasumsikan bersifat tetap untuk mempermudah pembentukan model dan penarikan prediksi. Namun, dalam konteks olahraga profesional, asumsi tersebut menjadi tidak realistis karena preferensi suporter dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor (Downward et al., 2009).

Peringkat klub di liga berguna sebagai salah satu faktor penentu tingkat kehadiran suporter pada pertandingan-pertandingan individu selama musim ini, dan dalam hal preferensi, peringkat klub berguna sebagai ukuran kualitas tiap tim (Szymanski, 2009; Rodriguez et al., 2015).

Salah satu ciri utama olahraga adalah adanya persaingan yang berarti mengharuskan adanya lawan agar pertandingan, produk, dapat terwujud. Fort (2006) berpendapat bahwa ada empat produk “khas” yang dihasilkan dalam sebuah pertandingan olahraga dan para suporter memiliki preferensi terhadap keunikan tersebut. Barang-barang tersebut adalah:

1. Kemampuan atletik: para pemain sepak bola memiliki keterampilan teknis dan taktis yang tidak dimiliki oleh suporter pada umumnya.
2. Kualitas tim dan kompetisi: para suporter menikmati liga yang kompetitif,
3. Kesamaan identitas: olahraga menjadi penghubung antarmanusia, sebuah kesamaan yang dapat dijadikan acuan.
4. Kemenangan: suporter suka mengidentifikasi diri dengan tim pemenang.

Dalam sepak bola, sistem grup melibatkan proses degradasi dan promosi. proses degradasi/promosi memindahkan tim-tim liga utama yang disebut *Premier League* dengan performa yang buruk ke liga di bawahnya yaitu

1. English Football League Championship
2. English Football League League 1
3. English Football League League 2
4. Vanarama League

Sebaliknya, tim-tim liga dibawah *premier league* dengan performa terbaik di tiap kasta akan terus ditempatkan ke liga dengan kasta yang lebih tinggi. Rangkaian nasib buruk untuk memiliki performa yang baik mungkin mendorong tim dari liga utama ke liga yang lebih kecil (Sandy et al., 2004; Szymanski, 2010).

2.1.5 Harga Tiket

Harga tiket stadion relatif mudah didapat, akan tetapi biaya kehadiran secara keseluruhan tidak sepenuhnya terlihat karena mencakup biaya peluang yang lebih luas, seperti biaya perjalanan dan waktu. Selain itu, dalam analisis permintaan, perlu dipertimbangkan pengaruh barang substitusi. Namun, dalam konteks olahraga, khususnya bagi suporter di mana mereka memiliki loyalitas tinggi terhadap tim tertentu, substitusi antar tim sulit terjadi. Kenaikan harga tiket lebih mungkin mendorong suporter untuk mengalihkan konsumsi ke aktivitas lain dibandingkan beralih ke tim lain dalam olahraga yang sama (Downward et al., 2009). Kesiediaan suporter untuk tetap membeli tiket didasarkan pada tingkat *loyalty and habit persistence* (Downward et al, 2009).

Dalam analisis ekonomi olahraga, permintaan terhadap pertandingan direpresentasikan melalui jumlah suporter yang hadir di stadion, dengan harga tiket sebagai variabel harga. Pendekatan ini menjelaskan bahwa pertandingan olahraga merupakan suatu produk yang dikonsumsi secara langsung oleh penonton. Namun, sebagaimana dijelaskan oleh Borland & MacDonald (2003), produk utama dalam olahraga sebenarnya bukan sekadar tiket pertandingan, melainkan sebuah kontes yang memiliki berbagai karakteristik, seperti kualitas lawan, pentingnya pertandingan, lokasi, serta aspek historis dan institusional yang menyertainya. Dengan demikian, permintaan terhadap pertandingan tidak hanya dipengaruhi oleh harga, tetapi juga oleh berbagai atribut non-harga tersebut (Downward et al., 2009).

2.1.6 Populasi

Populasi merupakan salah satu faktor utama yang menentukan potensi basis suporter klub sepak bola. Permintaan tiket akan dipengaruhi oleh wilayah geografis karena wilayah geografis lokal mencerminkan skala permintaan potensial yang berarti tim dengan ukuran pasar potensial yang lebih besar menarik jumlah penonton yang lebih tinggi (Downward et

al., 2009). Jika, seiring waktu, sebuah kota tumbuh atau menyusut dalam hal populasi, pendapatan tim lokal akan berubah sesuai dengan hal tersebut (Sandy et al., 2004).

Hubungan antara jangkauan pasar setiap klub memperoleh suporter dan tingkat kehadiran penonton di pertandingan klub tersebut tampaknya jelas baik secara teoritis maupun intuitif. Namun, secara empiris, tidaklah mudah untuk mendefinisikan wilayah jangkauan setiap klub. Menentukan ukuran pasar menjadi sulit karena ada perubahan jangkauan geografis pendukung dari waktu ke waktu, terutama untuk klub-klub papan atas. Vm Manchester United, misalnya, karena pendukungnya berasal dari seluruh wilayah Inggris, bahkan dari luar negeri (Dobson & Goddard, 2004).

2.1.7 Tingkat Pendapatan

Pendapatan riil yang dapat dibelanjakan oleh para suporter menjadi ukuran pendapatan yang digunakan dalam analisis permintaan tiket (Downward et al., 2009). Terdapat kecenderungan yang kuat bagi tim olahraga profesional untuk bermarkas di kota-kota dengan pendapatan per kapita tertinggi dengan asumsi faktor lain tetap sama. Jika, seiring waktu, sebuah kota tumbuh atau menyusut dalam hal pendapatan per kapita, pendapatan tim lokal akan berubah sesuai dengan hal tersebut. ketidakmampuan finansial yang berdampak bagi sebuah klub dapat berakibat buruk. Degradasi bagi tim di daerah dengan pendapatan yang menurun kemungkinan besar akan menjadi bencana bagi sebuah klub. Misalnya, ketika produksi tekstil di Inggris menurun, kota-kota di Lancashire seperti Burnley dan Preston kehilangan status Premiership mereka (Sandy et al., 2004)

2.2 Bukti Empiris

Tabel 2. 1
Bukti Empiris

No	Penulis dan Judul	Metode	Variabel	Kesimpulan
1	Jaume García & Plácido Rodríguez (2002) <i>“The Determinants of Football Match Attendance Revisited”</i>	Model permintaan kehadiran data panel menggunakan estimasi OLS dan Instrumental Variable (IV) dengan efek tim tuan rumah dan musim.	Y: Kehadiran pertandingan sepak bola X: Harga tiket, pendapatan, cuaca, pertandingan yang disiarkan televisi, penjadwalan, perbedaan posisi liga, anggaran, populasi, kinerja terkini, ketidakpastian hasil, persaingan, dan jarak	Kehadiran dipengaruhi secara positif oleh pendapatan, kualitas tim, ketidakpastian, dan persaingan, sementara siaran televisi langsung, cuaca buruk, penjadwalan hari kerja, dan jarak perjalanan yang jauh mengurangi kehadiran.
2.	Guillermo Villa, Isabel Molina & Roland Fried (2011) <i>“Modeling Attendance at Spanish Professional Football League”</i>	Model campuran linier untuk data panel longitudinal dengan efek tim acak dan autokorelasi temporal.	Y: Rata-rata kehadiran musiman X : Harga tiket, populasi, anggaran tim, selisih gol, dan kompetitif keseimbangan	Kehadiran meningkat dengan populasi yang lebih tinggi, kualitas tim yang lebih kuat, kinerja yang lebih baik, dan keseimbangan kompetitif. Studi ini juga menunjukkan bahwa model data panel dengan efek acak menghasilkan prediksi kehadiran yang lebih akurat.

No	Penulis dan Judul	Metode	Variabel	Kesimpulan
3.	Ángel Barajas & Liz Crolley (2005)	Regresi Ordinary Least Squares (OLS) menggunakan analisis univariat dan multivariat.	Y: Rata-rata kehadiran musiman. X: Populasi, pendapatan, kualitas skuad, kinerja historis, kinerja saat ini, lingkungan sosial ekonomi, dan variabel kualitas olahraga	Kehadiran sangat dipengaruhi oleh populasi provinsi, kinerja tim, kesuksesan sejarah, dan kualitas skuad. Studi ini juga menyimpulkan bahwa kehadiran secara signifikan memengaruhi pendapatan klub dan keberlanjutan keuangan.
4.	Bruce Walker (1986) <i>“The Demand for Professional League Football and the Success of Football League Teams: Some City Size Effects”</i>	Analisis regresi cross-sectional menggunakan model regresi linier dan log-linear di seluruh divisi Football League. Studi ini juga menggunakan korelasi peringkat Spearman untuk memeriksa hubungan antara kedudukan liga dan ukuran kota. Data diambil dari pertandingan Liga Sepak Bola Inggris selama musim 1975/76.	Y: Kehadiran pertandingan dan kedudukan liga. X: Populasi SMLA/pangsa populasi, populasi tim tamu, posisi liga kandang dan tandang, jarak jalan antar klub, penampilan kandang terbaru, status divisi, dan status pengunjung (juara / promosi / tim terdegradasi dummy)	Studi tersebut menyimpulkan bahwa tim kota yang lebih besar cenderung mencapai klasemen liga yang lebih tinggi dan menarik lebih banyak penonton. Ukuran populasi dan posisi liga secara signifikan meningkatkan kehadiran, sementara jarak perjalanan yang lebih jauh mengurangi kehadiran. Studi ini juga menemukan bahwa klub divisi yang lebih rendah lebih sensitif terhadap efek jarak, mendukung gagasan regionalisasi di liga yang lebih rendah

No	Penulis dan Judul	Metode	Variabel	Kesimpulan
5.	R. A. Hart, J. Hutton & T. Sharot (1975) “ <i>A Statistical Analysis of Association Football Attendances</i> ”	Kerangka kerja Kuadrat Terkecil yang Tampaknya Tidak Terkait untuk memperhitungkan korelasi penampang dan memaksimalkan efisiensi perkiraan. Model jangka pendek demand untuk empat klub Divisi Pertama Inggris dengan mengumpulkan data deret waktu selama tiga musim berturut-turut (1969/70 hingga 1971/72).	Y: Rekor kehadiran kandang tingkat pertandingan Sabtu sore X: Faktor ekonomi (biaya masuk, biaya hiburan alternatif, tingkat pendapatan pribadi), Faktor geografis/demografis (ukuran populasi daerah tangkapan air), Olahraga konteks / kesuksesan di lapangan, variabel tren eksogen untuk menangkap penurunan permintaan struktural jangka panjang.	Merumuskan hubungan universal "seperti hukum umum" untuk kehadiran sepak bola tidak memuaskan, karena parameter perilaku berbeda di seluruh klub. Pendekatan regresi jangka pendek kuantitatif berhasil menjelaskan sebagian besar variasi kehadiran jangka pendek menggunakan konteks khusus klub.
6.	Robert Simmons (1996) “ <i>The demand for English league football: a club-level analysis</i> ”	Menerapkan Model Koreksi Kesalahan (ECM) umum ke spesifik yang dinamis untuk mengisolasi kesetimbangan jangka panjang dan dinamika jangka pendek. Analisis deret waktu jangka panjang yang mengevaluasi 19 klub Liga Sepak Bola Inggris berbasis perkotaan selama rentang waktu 30	Y: Catat total kehadiran (termasuk pemegang tiket musiman), Log kehadiran gerbang yang disesuaikan (tidak termasuk pemegang tiket musiman). X: Harga tiket masuk riil (d disesuaikan dengan tiket musiman), pendapatan manufaktur/industri regional riil, kontrol khusus Sepak Bola (posisi liga, gol yang dicetak, promosi/degradasi divisi).	Kedua kategori kehadiran merespons harga tiket nyata dalam jangka panjang. Penonton biasa ("penonton teater") jauh lebih sensitif terhadap harga daripada pemegang tiket musiman. Menolak literatur lama yang menyatakan sepak bola adalah barang yang lebih rendah; Ini bertindak sebagai barang mewah

No	Penulis dan Judul	Metode	Variabel	Kesimpulan
		tahun (1962/63 hingga 1991/92).		untuk klub besar tertentu (elastisitas pendapatan positif > 1). Faktor olahraga intra-divisi (posisi liga, gol, promosi/degradasi) sangat mengatur permintaan.
7.	John Charles Bradbury (2019) "Determinants of Attendance in Major League Soccer"	OLS	Y: Kehadiran tim musiman X: Performa tim di lapangan musim reguler, usia stadion, stadion khusus sepak bola, usia tim, tingkat pendapatan pasar, demografi pasar (ukuran populasi, pangsa populasi Hispanik), Kompetisi (kehadiran waralaba olahraga liga utama lainnya), kekuatan bintang tim (jumlah Pemain yang Ditunjuk).	Kinerja di lapangan secara positif terkait dengan kehadiran yang lebih tinggi, tetapi pengembaliannya berkurang seiring dengan meningkatnya kesuksesan. Pertandingan MLS adalah "barang normal" (pendapatan dikaitkan secara positif dengan kehadiran). Demografi pasar, waralaba olahraga yang bersaing, dan Pemain yang Ditunjuk bukanlah penentu permintaan musiman yang kuat.
8.	Walter C. Neale (1964) "The Peculiar Economics of Professional Sports: A Contribution to the Theory of the Firm in Sporting Competition and		Variabel Dependen: Pendapatan/Keuntungan promotor olahraga (Receipts/Profits) Variabel Independen: Kompetisi olahraga (Sporting competition), Tingkat kolusi	Industri olahraga profesional memiliki struktur pasar yang unik (Louis-Schmeling Paradox). Monopoli murni secara bisnis justru merugikan karena

No	Penulis dan Judul	Metode	Variabel	Kesimpulan
	<i>in Market Competition"</i>		ekonomi/monopoli pasar (<i>Economic collusion/Monopoly position</i>)	pemasukan sangat bergantung pada adanya persaingan atau kompetisi olahraga yang seimbang. Liga olahraga profesional merupakan bentuk monopoli alami (<i>natural monopoly</i>).
9.	Jean-Marc Falter & Christophe Perignon (2000) <i>"Demand for football and intramatch winning probability: an essay on the glorious uncertainty of sports"</i>	Model Regresi Data Panel (<i>Linear Regression Models</i>) dan Estimasi Probabilitas Sukses Tim	Variabel Dependen: Tingkat kehadiran penonton di stadion (<i>Attendance</i>) Variabel Independen: Variabel sosio-ekonomi (harga tiket, pendapatan), Variabel sepak bola (probabilitas menang intra-pertandingan, performa tim, ketidakpastian hasil pertandingan)	Menonton pertandingan sepak bola di Prancis bertindak sebagai produk inferior (<i>inferior product</i>). Permintaan atau kehadiran di stadion sangat dipengaruhi oleh faktor sosio-ekonomi dan karakteristik sepak bola itu sendiri, meskipun variabel sepak bola utama hanya memiliki daya penjas yang tipis terhadap hasil akhir suatu pertandingan.
10.	Bruno Ítalo Benevides, dkk. (2015) <i>"Determinants of Football Games Demand in Brazil and England"</i>	Two-Stage Least Squares	Variabel Dependen: Jumlah penonton berbayar di arena/stadion (<i>Paying audience</i>) Variabel Independen: Faktor ekonomi (harga tiket), Faktor struktural, Kualitas pertandingan (<i>Match quality</i>)	Faktor ekonomi, struktural, dan kualitas pertandingan terbukti signifikan dalam menjelaskan permintaan sepak bola di Brasil dan Inggris. Suporter di Brasil jauh lebih sensitif terhadap kualitas tim tamu dan ketidakpastian hasil

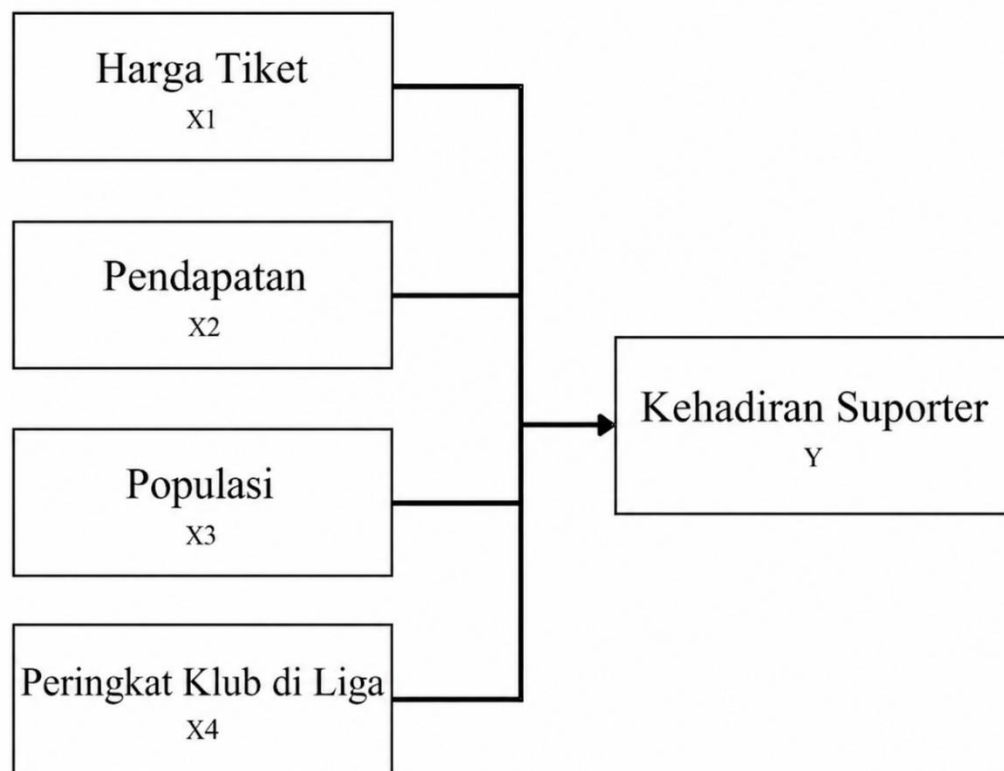
No	Penulis dan Judul	Metode	Variabel	Kesimpulan
				<p>pertandingan dibandingkan suporter di Inggris, sementara klub Inggris lebih efisien dalam melakukan estimasi harga tiket.</p>
11.	<p>Adriana Bruscato Bortoluzzo et al., (2011)</p> <p>"Demand for Brazilian Soccer: A Censored Model Approach"</p>	<p>Model Regresi dengan Variabel Dependen Sensor (Censored Regression Model / Tobit Approach)</p>	<p>Variabel Dependen: Tingkat kehadiran penonton di stadion (<i>Attendance</i>)</p> <p>Variabel Independen: Lingkungan ekonomi, Kualitas produk (performa tim), Insentif moneter dan non-moneter untuk datang ke stadion</p>	<p>Penggunaan model regresi sensor terbukti krusial untuk mengestimasi permintaan sepak bola secara tepat karena adanya batasan kapasitas stadion. Mengidentifikasi faktor ekonomi, performa, dan insentif ini membantu klub sepak bola Brasil meningkatkan kehadiran penonton dan beralih ke manajemen yang lebih profesional guna mengatasi penurunan jumlah penonton selama beberapa dekade terakhir.</p>

Sumber: Penulis, 2026

2.3 Kerangka Teoritis

Berikut merupakan kerangka teoritis dengan variabel independent yang mencakup harga tiket, pendapatan, populasi, dan peringkat klub di liga. Sementara variabel dependen terdiri dari penonton stadion. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan covid sebagai variabel control.

Gambar 2. 1
Kerangka Teoritis



Sumber: Penulis, 2026

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan kajian teori yang telah dijelaskan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Diduga bahwa peningkatan harga tiket memiliki pengaruh negatif terhadap tingkat kehadiran suporter pertandingan sepak bola di Inggris.
2. Diduga bahwa peningkatan tingkat populasi memiliki pengaruh positif terhadap tingkat kehadiran suporter pertandingan sepak bola di Inggris.
3. Diduga bahwa peningkatan pendapatan memiliki pengaruh positif terhadap tingkat kehadiran suporter pertandingan sepak bola di Inggris.
4. Diduga bahwa penambahan peringkat klub di liga memiliki pengaruh negatif terhadap tingkat kehadiran suporter pertandingan sepak bola di Inggris.
5. Pandemi diduga berpengaruh negatif terhadap kehadiran suporter.

SEMARANG
FEB UNDIP

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.1.1 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi variabel bebas. Tingkat rata rata kehadiran suporter, sebagai variabel dependen.

3.1.2 Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel bebas yang keberadaannya akan mempengaruhi variabel dependen. Mengikuti studi gabungan dari studi sebelumnya (Barajas crolley, 2006; Szymanski, 2010) menggunakan empat variabel independen, yaitu harga tiket, pendapatan, populasi, peringkat klub di liga dan variabel dummy yaitu pandemic covid-19.

3.1.3 Definisi Operasional dan Sumber Data

Tabel 3. 1
Definisi Operasional dan Sumber Data

Variabel	Definisi	Sumber Data
ATT	Kehadiran penonton rata rata di stadion sebagai indikator dari permintaan tiket setiap klub	FBREF
P	Harga tiket per musim setiap klub Laman Resmi Klub, B	The Guardian, BBC, Pamflet Resmi Klub, Portal Berita
GDHI	Tingkat pendapatan penduduk diukur berdasarkan Pendapatan rumah tangga yang siap	Office for National Statistics

Variabel	Definisi	Sumber Data
	dibelanjakan (GDHI) per kapita	
POP	Tingkat populasi untuk setiap daerah klub terkait	Office for National Statistics
LPOS	Peringkat Klub di Liga keseluruhan dari kasta pertama sampai keempat	FBREF
COVID	Musim liga inggris terdampak Covid	Variabel dummy

Sumber: Penulis, 2026

3.1.4 Data Penelitian

Data penelitian dalam studi ini adalah klub bola di Inggris pada periode tahun 2010-2019. Data Tersebut Meliputi:

- 1 Accrington Stanley
- 2 Arsenal
- 3 Aston Villa
- 4 Bournemouth
- 5 Bradford
- 6 Brentford
- 7 Brighton & Hove Albion
- 8 Bristol City
- 9 Burnley
- 10 Chelsea
- 11 Coventry
- 12 Exeter
- 13 Huddersfield
- 14 Ipswich

- 15 Leicester City
- 16 Lincoln
- 17 Liverpool
- 18 Manchester City
- 19 Middlesbrough
- 20 Millwal
- 21 Newcastle
- 22 Norwich City
- 23 Nottingham Forest
- 24 Plymouth Argyle
- 25 Portsmouth
- 26 Reading
- 27 Stoke City
- 28 Sunderland
- 29 Swindon Town
- 30 West Bromwich Albion
- 31 Westham
- 32 Wolverhampton
- 33 Wycombe Wanderers

Dalam studi ini, proses pemilihan klub didasarkan pada ketersediaan dan aksesibilitas data yang tersedia. Hal tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa observasi yang dipilih menyediakan informasi yang cukup dan konsisten untuk menganalisis klub sepak bola Inggris.

Kriteria sampel yang ditetapkan untuk studi ini meliputi:

1. Klub-klub sepak bola profesional dan berkompetisi di liga sepak bola profesional
2. Klub-klub yang memiliki data publik tentang harga tiket dan indikator sosioekonomi kota.

3.2 Tipe dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam studi ini adalah data sekunder diperoleh dari berbagai sumber yang tersedia secara publik dan relevan dengan tujuan penelitian. Data mengenai harga tiket pertandingan dikumpulkan dari situs laman resmi klub, forum penggemar, dan portal berita lokal di setiap kota tempat klub tersebut bermarkas. Informasi mengenai performa klub dan peringkat liga diperoleh dari situs statistik sepak bola FBref. Sementara itu, data sosioekonomi seperti Pendapatan Rumah Tangga yang Siap Dibelanjakan (GDHI) dan populasi diperoleh dari Kantor Statistik Nasional (ONS), yang berfungsi sebagai badan statistik nasional Inggris. Kumpulan data ini secara keseluruhan mencakup periode penelitian dari 2010 – 2018.

3.3 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan penggunaan analisis regresi data panel. Data panel melibatkan penggabungan data *time-series* dan *cross-section* (Gujarati & Porter, 2009).

3.3.1 Model Persamaan Regresi

Berikut merupakan rumus model persamaan regresi dalam penelitian ini:

$$\text{LnATT}_i = \beta_0 + \beta_1 \text{LnP}_{it} + \beta_2 \text{LnGDHI}_{it} + \beta_3 \text{LnPOP}_{it} + \beta_4 \text{LPOS}_{it} + \beta_5 \text{COVID} + e_i \quad (3.1)$$

ATT	= Kehadiran rata-rata kehadiran suporter
β_0	= Konstanta
β_{12345}	= Koefisien regresi
HT	= Harga Tiket
GDHI	= Pendapatan Domestik Rumah Tangga
LPOS	= Peringkat Klub di Liga
POP	= Tingkat Populasi
COVID	= Pandemi Covid-19
Ln	= Logaritma
i	= Kota
t	= Tahun
e	= Koefisien error

3.3.2 Metode Esttimasi Model Regresi Panel Data

Menurut Gujarati & Porter (2009), terdapat tiga pendekatan utama yang dapat digunakan dalam metode estimasi model regresi data panel, yaitu sebagai berikut:

1. *Common Effect Model*

Model OLS Terpadu merupakan pendekatan paling sederhana dalam analisis data panel. Pendekatan ini menggabungkan data time series dan cross section tanpa membedakan dimensi waktu maupun individu. Dengan kata lain, model ini mengasumsikan bahwa

perilaku setiap individu bersifat homogen dan tidak berubah sepanjang waktu. Estimasi dilakukan menggunakan metode Ordinary Least Squares (OLS) atau teknik kuadrat terkecil untuk memperoleh hubungan antara variabel independen dan dependen.

2. Model Efek Tetap (*Fixed Effect Model*)

Model Efek Tetap berasumsi bahwa perbedaan karakteristik antar individu dapat diakomodasi melalui perbedaan pada nilai intersep. Estimasi model ini dilakukan dengan menambahkan variabel dummy untuk setiap individu guna menangkap variasi tersebut. Perbedaan yang ditangkap oleh model biasanya muncul akibat faktor-faktor yang bersifat tetap dalam jangka panjang, seperti budaya, kebiasaan, atau insentif tertentu. Sementara itu, kemiringan (slope) diasumsikan tetap sama untuk seluruh individu. Estimasi model ini umumnya dikenal dengan metode Least Squares Dummy Variable (LSDV).

3. Model Efek Acak (*Random Effect Model*)

Model Efek Acak digunakan ketika variasi antar individu dianggap sebagai bagian dari komponen acak dalam model. Dalam pendekatan ini, perbedaan antar individu tidak ditangkap oleh variabel *dummy*, melainkan dimasukkan ke dalam istilah galat (*error term*) yang mencerminkan efek khusus setiap entitas. Keunggulan utama model ini adalah kemampuannya mengatasi adanya heteroskedastisitas serta korelasi antar waktu. Karena metode OLS biasa tidak dapat memberikan estimator yang efisien untuk model ini, teknik estimasi yang lebih tepat digunakan adalah Generalized Least Squares (GLS), dengan asumsi adanya homoskedastisitas dan tidak terdapat korelasi antar individu.

3.3.3. Pemilihan Model Regresi

Untuk menentukan model yang paling sesuai dalam mengolah data panel, terdapat beberapa pengujian yang dapat dilakukan, di antaranya sebagai berikut:

1. Uji Chow

Dalam analisis data panel, pengujian terhadap keunggulan model dilakukan dengan menambahkan variabel dummy guna melihat adanya perbedaan nilai intersep (intercept) antar individu. Evaluasi dilakukan menggunakan uji Chow untuk membandingkan apakah model Fixed Effect memberikan hasil yang lebih baik dibandingkan model Common Effect. Kriteria dalam pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Apabila Chi-square statistic $< 0,05$ maka menggunakan FEM lebih tepat dibandingkan CEM.
- b. Apabila Chi-square statistic $> 0,05$ maka menggunakan CEM lebih tepat dibandingkan FEM

2. Uji Hausman

Pemilihan model antara Fixed Effect Model dan Random Effect Model dilakukan dengan menggunakan Hausman Test. Uji Hausman juga digunakan untuk menentukan model yang lebih baik antara Fixed Effect Model (FEM) dan Random Effect Model (REM). Kriteria dalam pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Apabila probability $< 0,05$ maka menggunakan FEM lebih tepat dibanding REM
- b. Apabila nilai probability $> 0,05$ maka menggunakan REM lebih tepat dibandingkan FEM

3. Uji Lagrange Multiplier

Pemilihan model antara *Random Effect Model* dan *Common Effect Model* dilakukan dengan menggunakan *Lagrange Multiplier Test*. Uji Hausman juga digunakan untuk menentukan model yang lebih baik antara *Random Effect Model* dan *Common Effect Model*.

Kriteria dalam pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Apabila *probability* $< 0,05$ maka menggunakan REM lebih tepat dibanding CEM
- b. Apabila nilai *probability* $> 0,05$ maka menggunakan CEM lebih tepat dibandingkan REM

3.3.4 Uji Asumsi Klasik untuk Data Panel

Ketika menggunakan metode Ordinary Least Squares (OLS) untuk memperbaiki estimasi parameter dalam model prediktif, sangat penting untuk mengevaluasi apakah model tersebut memenuhi asumsi klasik. Evaluasi ini mencakup beberapa tes:

1. Multikolinearitas: Deteksi multikolinearitas adalah uji yang dilakukan untuk memastikan apakah didalam sebuah model regresi ada interkorelasi atau kolinearitas antar variabel bebas. Interkorelasi adalah hubungan yang linear atau hubungan yang kuat antara satu variabel bebas. Pengambilan keputusan multikolinearitas sebagai berikut:
 - a. Jika koefisien korelasi masing-masing variabel bebas $> 0,8$ maka terjadi multikolinearitas.
 - b. Jika koefisien korelasi masing-masing variabel bebas $< 0,8$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

2. Heteroskedastisitas: Uji heteroskedastisitas mengevaluasi apakah residu dalam model regresi menunjukkan varians yang tidak sama di antara pengamatan.

Kriteria pengambilan keputusan heteroskedastisitas sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas (p-value) uji Bruesch-Pagan atau White $< 0,05$, maka terdapat heteroskedastisitas.
2. Jika nilai probabilitas (p-value) $> 0,05$, maka tidak terdapat heteroskedastisitas.
3. Normalitas: Deteksi normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel pengganggu atau residual terdistribusi dengan normal dalam model regresi. Apabila deteksi asumsi ini tidak terpenuhi, maka hasil uji statistik tidak valid terutama untuk sampel berukuran kecil. Model regresi yang baik adalah model regresi yang mempunyai distribusi normal atau juga mendekati normal, sehingga nantinya akan layak dilakukan pengujian secara statistik. Penelitian ini menggunakan uji Jarque-Bera. Pengambilan keputusan uji normalitas sebagai berikut:
 - a. Jika nilai probabilitas Jarque-Bera test $> \alpha$ (0,05), artinya data tersebut terdistribusi secara normal
 - b. Jika nilai probabilitas Jarque-Bera test $< \alpha$ (0,05), artinya data tersebut tidak terdistribusi secara normal

3.3.5 Tes Statistik dalam Analisis Regresi

Uji signifikansi merupakan prosedur yang digunakan untuk menguji tingkat kebenaran atau keakuratan hasil hipotesis nol (H_0) berdasarkan data sampel. Dalam analisis regresi, terdapat beberapa jenis uji statistik yang digunakan, yaitu sebagai berikut:

1. Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Setiap model regresi memiliki keunggulan dan keterbatasan ketika diterapkan pada berbagai permasalahan. Untuk menilai sejauh mana model mampu menjelaskan hubungan antarvariabel, digunakan ukuran koefisien determinasi (R^2). Nilai R^2 menggambarkan seberapa besar proporsi variasi pada variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas (Gujarati & Porter, 2016).

Nilai R^2 berada pada rentang antara 0 hingga 1. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Sebaliknya, nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan keseluruhan variabel dependen relatif terbatas (Gujarati & Porter, 2016).

2. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F-Statistik digunakan untuk menilai dampak keseluruhan atau gabungan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0.5 atau 5%, jika nilai signifikan $F < 0.05$ maka dapat diartikan bahwa variabel independent secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya (Ghozali, 2016). Untuk menguji hal ini, hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

- a. Jika nilai $F >$ tingkat signifikansi, tidak terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen artinya variabel HT, GDHI, POP, LPOS, COVID tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel kehadiran rata-rata penonton.

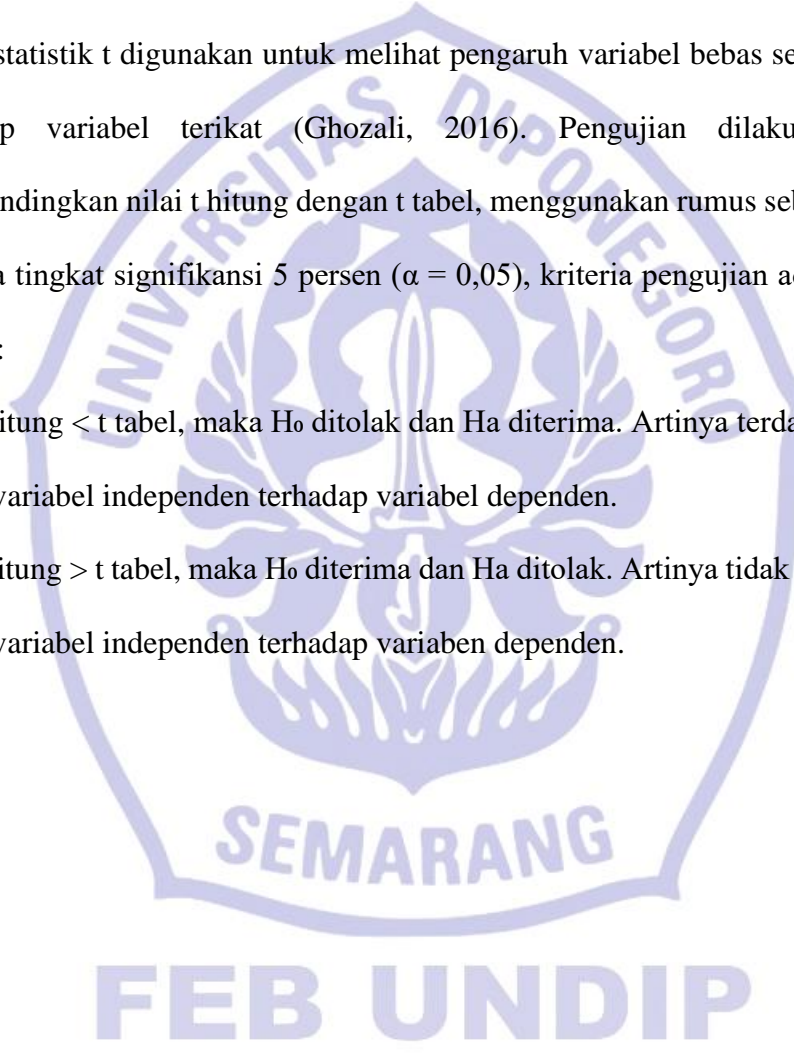
- b. Jika nilai $F <$ tingkat signifikansi, terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependennya artinya HT, GDHI, POP, LPOS, COVID berpengaruh secara simultan terhadap variabel kehadiran penonton.

3. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Uji statistik t digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas secara individu terhadap variabel terikat (Ghozali, 2016). Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, menggunakan rumus sebagai berikut:

Pada tingkat signifikansi 5 persen ($\alpha = 0,05$), kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a) Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- b) Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.



BAB IV

ANALISIS DAN DISKUSI

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Data dalam penelitian ini mencakup seluruh klub sepak bola profesional di Inggris yang berpartisipasi dalam kompetisi liga domestik selama periode 2010–2019. Penelitian terdiri atas klub-klub yang berasal dari kota-kota di Inggris yang memiliki tim sepak bola profesional yang berkompetisi di liga profesional, memiliki data publik terkait harga tiket, pertandingan, performa klub, serta pendapatan dimana kota tempat klub tersebut berada. Pemilihan klub dilakukan berdasarkan ketersediaan data yang lengkap dan dapat diakses untuk periode penelitian tahun 2010 hingga 2019.

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian, yaitu ATT, P, GDHI, POP serta LPOS. Jumlah observasi untuk masing-masing variabel adalah sebanyak 330 data dari seluruh klub Inggris yang terdiri dari 33 klub.

Tabel 4. 1
Statistik Deskriptif

Variabel	N	Mean	Median	Maximum	Minimum	Std. Dev.
ATT	330	22367.69	19402.50	60079.00	10.55900	15364.42
P	330	464.1061	427.0000	1215.000	110.0000	199.0750
GDHI	330	17940.27	15710.00	62245.00	10873.00	7709.771
LPOS	330	35.32727	29.00000	133.0000	1.000000	26.83308
POP	330	467983.9	391113.0	1150646	131729.0	228870.1
COVID	330	0.100000	0.000000	1.000000	0.000000	0.300456

Sumber: Pengolahan data pribadi, 2026

Variabel kehadiran penonton (ATT) memiliki jumlah observasi sebanyak 330 dengan nilai rata-rata sebesar 22.367,69 suporter. Nilai median sebesar 19.402,50

menunjukkan bahwa sebagian besar pertandingan memiliki jumlah suporter di sekitar angka tersebut. Nilai maksimum mencapai 60.079 suporter, sedangkan nilai minimum sebesar 10,56 menunjukkan adanya variasi yang cukup besar dalam jumlah suporter. Hal ini juga didukung oleh nilai standar deviasi sebesar 15.364,42 yang mengindikasikan bahwa data kehadiran suporter bervariasi.

Variabel harga tiket (P) memiliki rata-rata sebesar 464,11 dengan nilai median sebesar 427,00. Harga tiket tertinggi mencapai 1.215,00 dan terendah sebesar 110,00. Nilai standar deviasi sebesar 199,08 menunjukkan bahwa terdapat variasi harga tiket antar klub

Variabel GDHI memiliki nilai rata-rata sebesar 17.940,27 dengan median sebesar 15.710,00. Nilai maksimum sebesar 62.245,00 dan minimum sebesar 10.873,00 menunjukkan adanya perbedaan tingkat pendapatan antar wilayah. Standar deviasi sebesar 7.709,77 mengindikasikan bahwa variasi pendapatan cukup besar, yang dapat memengaruhi daya beli suporter terhadap tiket pertandingan.

Variabel posisi klub (LPOS) memiliki rata-rata sebesar 35,33 dengan median sebesar 29,00. Nilai maksimum sebesar 133,00 dan minimum sebesar 1,00 menunjukkan adanya perbedaan yang cukup signifikan dalam peringkat klub. Standar deviasi sebesar 26,83 menunjukkan bahwa posisi klub cukup bervariasi dalam sampel penelitian.

Variabel populasi (POP) memiliki nilai rata-rata sebesar 467.983,9 dengan median sebesar 391.113,0. Nilai maksimum mencapai 1.150.646 dan minimum sebesar 131.729 menunjukkan adanya perbedaan ukuran populasi antar wilayah. Nilai standar deviasi sebesar 228.870,1 menunjukkan bahwa populasi memiliki variasi yang cukup besar.

Variabel COVID merupakan variabel dummy dengan nilai rata-rata sebesar 0,10 dan median sebesar 0,00. Nilai maksimum sebesar 1,00 dan minimum sebesar 0,00 menunjukkan bahwa variabel ini hanya memiliki dua kondisi, yaitu ada atau tidak adanya pandemi

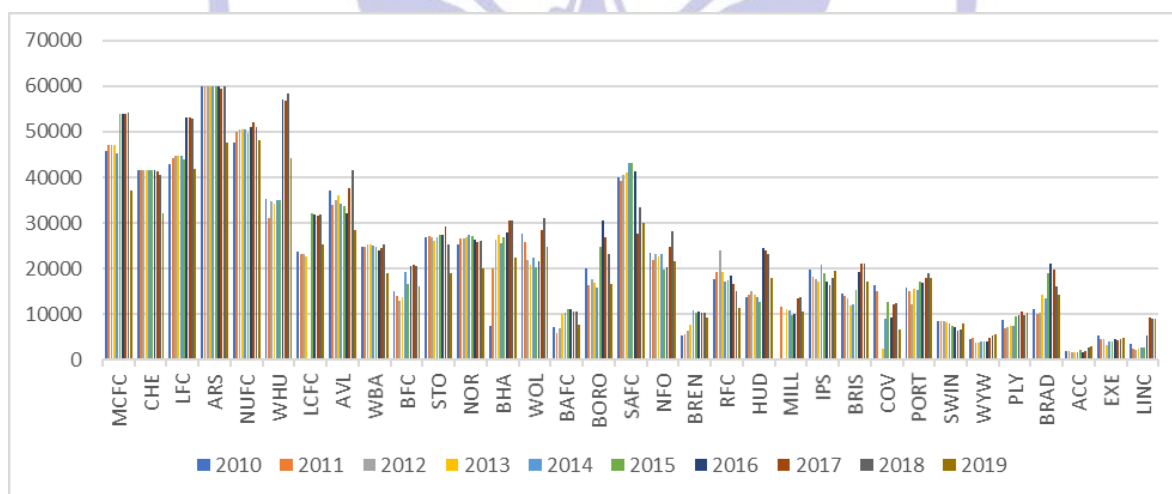
COVID-19. Nilai rata-rata 0,10 mengindikasikan bahwa sekitar 10% dari total observasi berada pada periode pandemi.

4.2 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.2.1 Gambaran Umum Kehadiran Penonton Sepak Bola di Inggris Tahun 2010-2019

Kehadiran penonton merupakan jumlah rata-rata penonton yang hadir dalam pertandingan sepak bola. Dalam penelitian ini, kehadiran penonton diamati pada 33 klub sepak bola di Inggris selama periode 2010 hingga 2019 dan dinyatakan dalam kehadiran penonton rata-rata tiap musim.

Gambar 4. 1
Kehadiran Penonton Tuan Rumah pada Sepak Bola di Inggris



Sumber: Pengolahan data pribadi, 2026

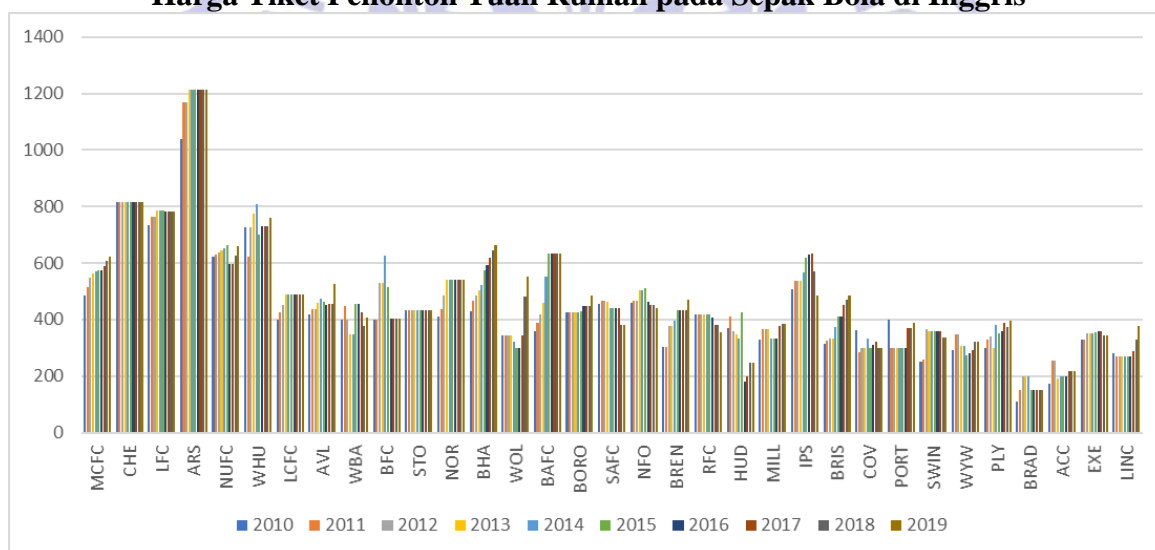
Berdasarkan gambar 4.1, kehadiran penonton pada klub-klub sepak bola di Inggris menunjukkan variasi yang cukup besar antar klub. Klub-klub besar seperti Manchester City (MCFC), Chelsea (CHE), Liverpool (LFC), dan Arsenal (ARS) memiliki jumlah penonton

yang relatif tinggi dibandingkan klub lainnya, dengan angka yang cenderung stabil dari tahun ke tahun.

4.2.2 Gambaran Umum Harga Tiket Penonton Tuan Rumah pada Sepak Bola di Inggris 2010-2019

Harga tiket merupakan biaya yang harus dibayarkan oleh penonton untuk menyaksikan pertandingan sepak bola secara langsung di stadion. Dalam penelitian ini, harga tiket diamati pada 33 klub sepak bola di Inggris selama periode 2010 hingga 2019.

Gambar 4. 2
Harga Tiket Penonton Tuan Rumah pada Sepak Bola di Inggris



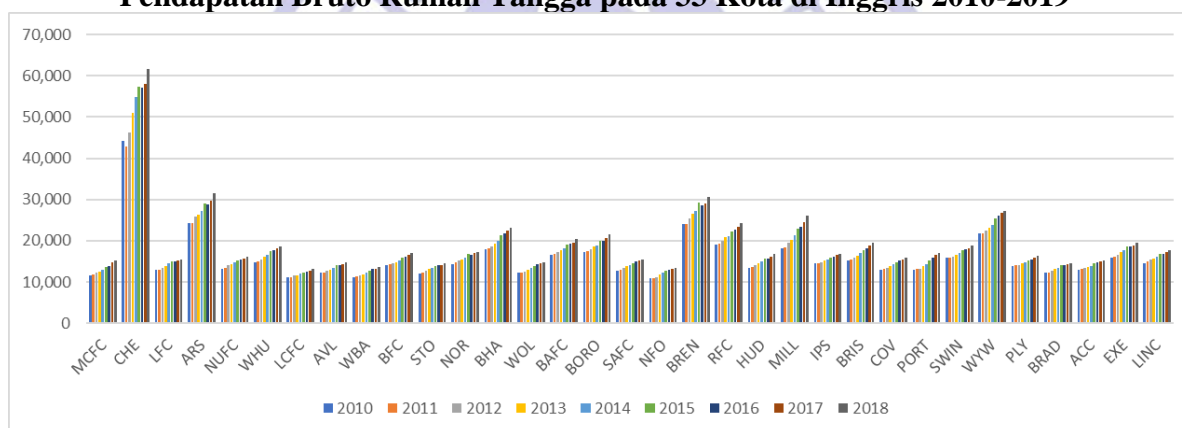
Sumber: Pengolahan data pribadi, 2026

Berdasarkan gambar yang disajikan, harga tiket menunjukkan variasi antar klub. Klub-klub besar seperti Arsenal (ARS), Chelsea (CHE), Liverpool (LFC), (MCFC), (NUFC), dan (WHU), cenderung memiliki harga tiket yang lebih tinggi dibandingkan klub lainnya.

4.2.3 Gambaran Umum Pendapatan Bruto Rumah Tangga pada 33 Kota di Inggris 2010-2019

Pendapatan rumah tangga bruto (*Gross Disposable Household Income/GDHI*) merupakan indikator yang menunjukkan tingkat pendapatan yang dimiliki oleh rumah tangga setelah dikurangi pajak. Dalam penelitian ini, GDHI diamati pada 33 kota di Inggris selama periode 2010 hingga 2019 dan dinyatakan dalam satuan mata uang.

Gambar 4. 3
Pendapatan Bruto Rumah Tangga pada 33 Kota di Inggris 2010-2019



Sumber: Pengolahan data pribadi, 2026

Berdasarkan gambar, terlihat bahwa GDHI di berbagai kota di Inggris cenderung mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

4.2.4 Gambaran Umum Populasi pada 33 Kota di Inggris 2010-2019

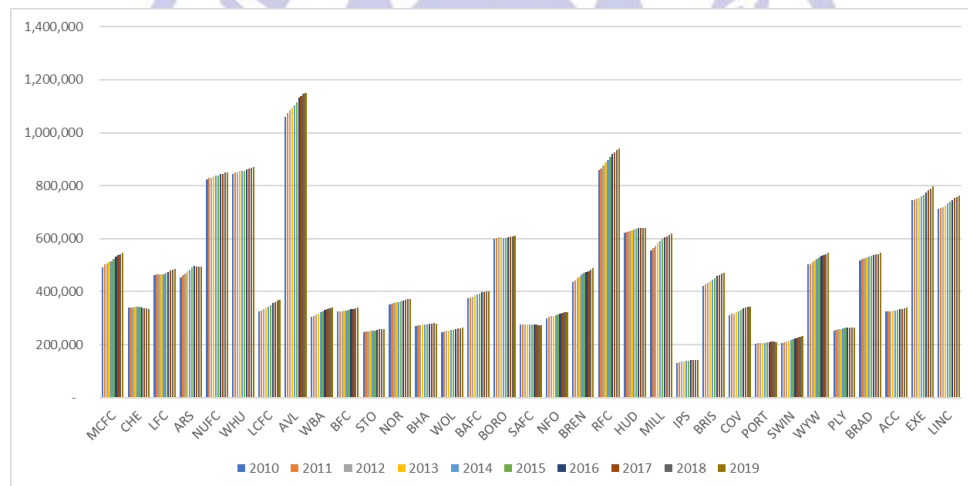
Populasi merupakan jumlah penduduk yang tinggal di suatu wilayah tertentu. Dalam penelitian ini, populasi diamati pada 33 kota di Inggris selama periode 2010 hingga 2019.

Berdasarkan gambar, populasi di masing-masing kota menunjukkan perbedaan yang cukup signifikan. Kota-kota besar memiliki jumlah penduduk yang jauh lebih tinggi dibandingkan

kota kecil. Selain itu, populasi cenderung mengalami peningkatan secara bertahap dari tahun ke tahun di hampir seluruh wilayah.

Besarnya jumlah populasi mencerminkan potensi pasar yang dimiliki oleh masing-masing klub sepak bola. Semakin besar populasi suatu wilayah, maka semakin besar pula potensi jumlah penonton yang dapat menghadiri pertandingan, sehingga dapat meningkatkan kehadiran penonton di stadion.

Gambar 4. 4
Populasi pada 33 Klub di Inggris



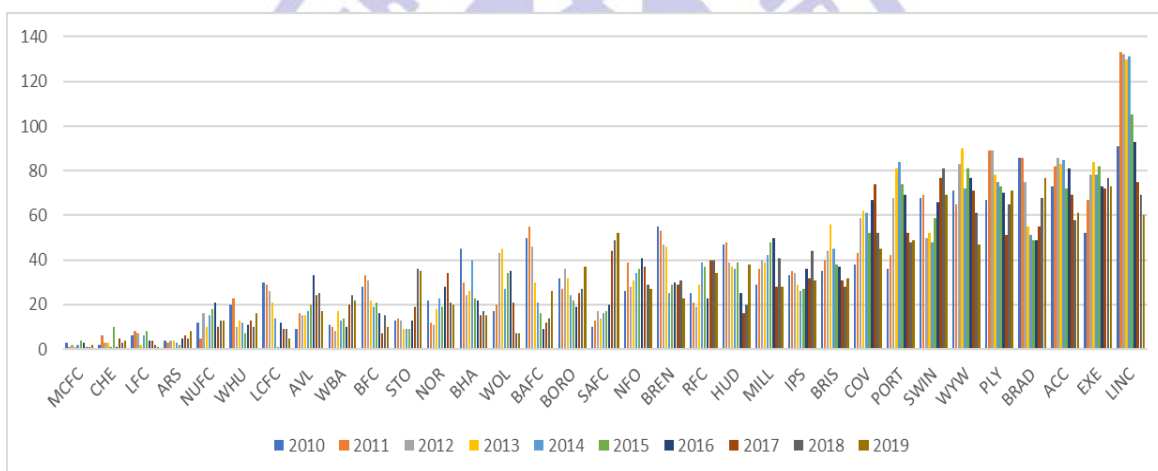
Sumber: Pengolahan data pribadi, 2026

Berdasarkan gambar diatas, besarnya jumlah populasi mencerminkan potensi pasar yang dimiliki oleh masing-masing klub sepak bola. Semakin besar populasi suatu wilayah, maka semakin besar pula potensi jumlah penonton yang dapat menghadiri pertandingan, sehingga dapat meningkatkan kehadiran penonton di stadion.

4.2.5 Gambaran Umum Peringkat 33 Klub pada Liga di Inggris 2010-2019

Posisi liga setiap musim digunakan sebagai performa tim dalam satu musim, karena mencerminkan performa jangka panjang sepanjang kompetisi. Tim papan atas pada setiap kasta akan menarik lebih banyak penonton, dan pencapaian posisi tinggi pada akhir musim juga berdampak positif terhadap jumlah penonton di musim berikutnya.

Gambar 4.5
Peringkat 33 Klub pada Liga di Inggris



Sumber: Pengolahan data pribadi, 2026

Berdasarkan gambar, tidak ada peringkat klub yang konstan pada setiap musim. Hanya terdapat empat klub dalam penelitian ini yang terus bertanding pada liga kasta utama seperti MCFC, CHE, LFC, ARS, namun mengalami fluktuasi peringkat liga. Lalu dari klub NUFC sampai NFO mengalami fluktuasi peringkat di liga dan terlihat tidak konsisten dalam bertanding pada liga kasta utama dan lebih sering mengalami penurunan ke kasta kedua maupun ketiga. Selanjut nya, klub BREN sampai PORT, dengan nominal peringkat yang relatif besar, lebih banyak bertanding pada liga kasta ke tiga dan empat. Terakhir, klub COV sampai LINC—dengan nominal peringkat yang besar—lebih sering berkompetisi pada liga

kasta ke empat dan lima. Tim papan atas pada setiap kasta akan menarik lebih banyak penonton, dan pencapaian posisi tinggi pada akhir musim juga berdampak positif terhadap jumlah penonton di musim berikutnya. Dampak ini berbeda dengan peningkatan jumlah penonton akibat promosi ke liga yang lebih tinggi.

4.3 Hasil dan Analisis Regresi Data Panel

4.3.1 Hasil Uji Penentuan Model

Analisis regresi data panel memiliki tiga pendekatan model regresi antara lain model Common Effect Model, Model Fixed Effect, dan Random Effect Model. Pengujian penentuan model yang terbaik yang dapat digunakan dalam penelitian dapat dilakukan melalui tiga cara, yaitu dengan uji Chow dan uji Hausman.

a. Chow Test

Uji Chow dilakukan untuk menentukan apakah model penelitian menggunakan *Fixed Effect Model* atau *Common Effect Model* dengan melihat nilai probabilitas Cross-section Chi-square. Adapun hipotesis dari pengujian ini sebagai berikut:

H_0 = Model yang tepat adalah Common Effects Model ($P\text{-value} \geq 0.05$)

H_a = Model yang tepat adalah Fixed Effects Model ($P\text{-value} \leq 0.05$)

Hasil Uji Chow sebagai berikut:

Tabel 4. 2
Uji Chow Test

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	5.34	(32,292)	0.0000
Cross-section Chi-square	152	32	0.0000

Sumber: Pengolahan data pribadi, 2026

Berdasarkan tabel di atas, nilai p tercatat sebesar 0,000. Nilai ini lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 ($p - value < 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pemilihan *Fixed Effect Model* lebih tepat daripada *Common Effect Model*.

b. Uji Hausman

Uji Hausman dilakukan untuk memilih salah satu model pada regresi data panel, yaitu antara *Fixed Effect Model* dengan *Random Effects Model* dengan melihat nilai probabilitas *Cross-section Random*. Adapun hipotesis dari pengujian ini sebagai berikut:

H_0 = Model yang tepat adalah Random Effects Model ($P\text{-value} \geq 0.05$)

H_a = Model yang tepat adalah Fixed Effects Model ($P\text{-value} \leq 0.05$)

Berdasarkan hasil dari uji Hausman di perangkat lunak Eviews, maka di dapat probabilitas Cross-section random sebagai berikut:

Tabel 4. 3
Uji Hausman

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	25.811131	5	0.0001

Sumber: Pengolahan data pribadi, 2026

Uji Hausman dilakukan untuk memilih model yang paling sesuai antara *Fixed Effect Model* dan *Random Effect Model*. Berdasarkan tabel di atas, nilai p tercatat sebagai 0.0001. Nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05 ($p - value < 0.05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, kesimpulan yang diambil adalah bahwa *Fixed Effect Model* lebih unggul daripada *Random Effect Model*. Kesimpulan dari uji tersebut adalah *Fixed Effect Model* lebih unggul dibandingkan dengan *Random Effect Model*

4.3.2 Hasil Deteksi Penyimpangan Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis lebih lanjut, model regresi yang digunakan perlu memenuhi beberapa asumsi klasik agar hasil estimasi yang diperoleh dapat dipercaya. Oleh karena itu, dalam penelitian ini dilakukan pengujian asumsi klasik yang meliputi uji multikolinearitas dan normalitas guna memastikan bahwa model regresi yang digunakan tidak mengalami penyimpangan yang dapat memengaruhi validitas hasil penelitian.

Berdasarkan hasil sebelumnya, ditemukan bahwa model regresi terbaik adalah Model Efek Tetap (FEM) dengan metode estimasi berupa *White Two-Way Cluster*. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik meliputi uji normalitas dan uji non-multikolinearitas. Tidak perlu memeriksa asumsi homoskedastisitas dan non-autokorelasi karena pemodelan Model Efek Tetap dengan SUR dapat secara otomatis mengatasi penyimpangan dari asumsi-asumsi tersebut (Gujarati & Porter, 2009).

a. Multikolinearitas

Menurut Gujarati dan Porter (2009), multikolinearitas terjadi ketika terdapat hubungan linier yang kuat antar variabel independen, yang dapat menyebabkan ketidakstabilan estimasi koefisien regresi. Uji multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan matriks korelasi atau *Correlation Matrix* antar variabel independen.

Tabel 4. 4
Hasil Uji Multikolinearitas

ln(P)	ln(GDHI)	ln(POP)	LPOS
1.000000	0.337184	0.036531	-0.715748
0.337184	1.000000	0.133859	-0.086034
0.036531	0.133859	1.000000	-0.025633
-0.715748	-0.086034	-0.025633	1.000000

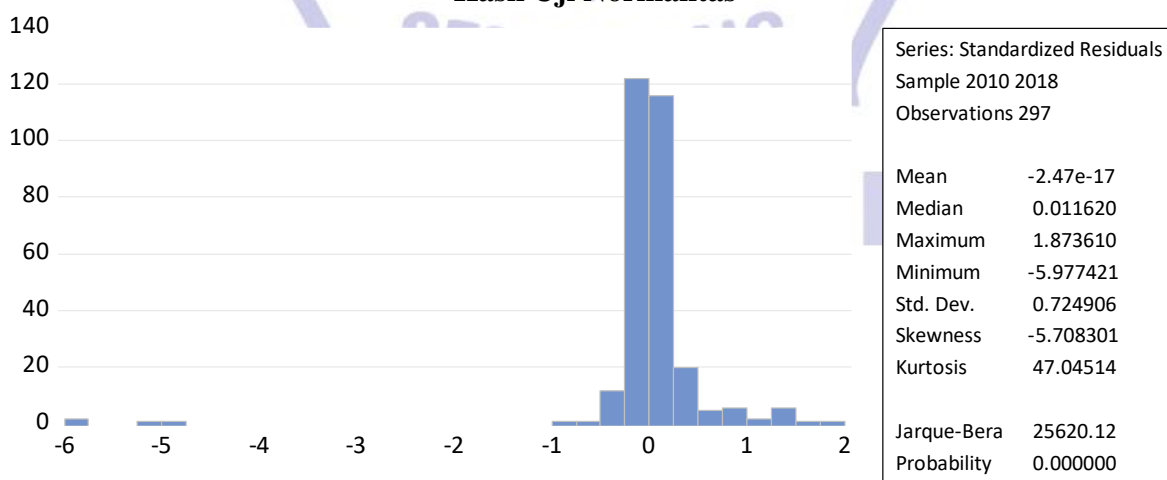
Sumber: Pengolahan data pribadi, 2026

Hasil pengujian menunjukkan bahwa tidak terdapat nilai koefisien korelasi antar variabel yang melebihi 0,8, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas dalam model regresi.

b. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual terdistribusi normal. Pada penelitian ini, digunakan Uji Jarque-Bera (JB Test), di mana residual dianggap berdistribusi normal jika nilai probabilitasnya melebihi 0,05. Hasil dari uji normalitas disajikan pada tabel berikut.

Gambar 4. 6
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Pengolahan data pribadi, 2026

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal (Prob. < 0,05). Namun demikian, karena jumlah observasi dalam penelitian ini cukup besar ($n = 330$), maka berdasarkan *Central Limit Theorem*, distribusi estimator regresi akan mendekati normal, sehingga pelanggaran asumsi normalitas tidak menjadi masalah dalam penelitian ini.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji asumsi klasik yang digunakan untuk mengetahui apakah terjadi penyimpangan model karena gangguan varian yang berbeda antar observasi satu ke observasi lain. Jika varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Uji Heteroskedastisitas akan dilakukan menggunakan uji Glesjer.

Tabel 4. 5
Uji Heteroskedastisitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	64.54944	25.26929	2.554462	0.0112
ln(P)	0.193399	0.295151	0.655254	0.5129
ln(GDHI)	0.164148	0.705555	0.232651	0.8162
ln(POP)	-5.175395	2.396504	-2.159561	0.0317
LPOS	-0.002244	0.003129	-0.717284	0.4738

Sumber: Pengolahan data pribadi, 2026

Pada hasil uji heteroskedastisitas di gambar 4.7 ditemukan heteroskedastisitas pada variable ln(POP) karena *P-value* berada dibawah 0,5.

Penelitian ini menggunakan *White two-way cluster covariance method* pada *Fixed Effect Model* untuk menghasilkan *robust standard errors* terhadap heteroskedastisitas dan korelasi residual pada dimensi *cross-section* maupun *time series*. Dokumentasi resmi EViews menjelaskan bahwa metode ini merupakan robust covariance estimator dengan clustering berdasarkan *cross-section* dan *time-series* secara simultan, yang sejalan dengan

konsep *two-way clustered standard errors* sebagaimana dikembangkan oleh (Petersen, 2009; Thompson, 2011; serta Cameron et al., 2015). Penggunaan metode ini bertujuan agar estimasi *standard error*, *t-statistic*, dan pengujian hipotesis menjadi lebih valid dan reliabel pada data panel.

Pendekatan diperkenalkan dalam regresi panel sebagai upaya untuk mengatasi kekurangan tersebut. Cameron et al., (2015) dan Thompson (2011) membuat perluasan dari kesalahan standar yang tahan terhadap pengelompokan satu arah agar memungkinkan pengelompokan pada dua dimensi. Pada dasarnya, metode pengelompokan dua arah ini pertama-tama memperoleh tiga matriks varians yang tahan terhadap pengelompokan yang berbeda untuk estimator OLS dari pengelompokan satu arah, yaitu pada dimensi perusahaan, dimensi waktu, dan persimpangan antara perusahaan dan waktu. Kemudian, dua matriks varians pertama, yang mengelompokkan berdasarkan perusahaan dan tahun, dijumlahkan, dan matriks persimpangan ketiga dikurangkan untuk mengoreksi penghitungan ganda varians dalam perusahaan. Dengan cara ini, pengelompokan dua arah bisa digunakan terhadap *cross-section* maupun *time series* (Sun et al., 2018).

Heteroskedastisitas dapat muncul akibat potensi variasi dalam perilaku penggemar dari kelompok demografis yang berbeda. Metode umum untuk menyesuaikan kesalahan standar estimasi guna menghasilkan rasio-t yang lebih robust—yaitu, konsisten—sebagai dasar inferensi statistik, seperti kesalahan standar yang disesuaikan menurut White, kini telah menjadi praktik standar dalam analisis ekonometrik. Demikian pula, prosedur kuadrat terkecil umum dan pendekatan lain telah menjadi umum untuk estimasi persamaan daripada menyesuaikan kesalahan standar. Hal yang sama berlaku untuk menangani korelasi serial, yang terjadi ketika kesalahan acak yang memengaruhi kehadiran saling terkait dari waktu ke waktu (Downward et al., 2009).

4.3.3 Interpretasi Hasil Uji Statistik

Uji koefisien regresi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dalam model penelitian. Pengujian signifikansi dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu uji koefisien regresi secara parsial (uji t) dan uji koefisien regresi secara simultan (uji F). Hasil dari kedua uji tersebut dirangkum dalam tabel berikut.

Tabel 4. 6
Hasil Koefisien regresi FEM 33 Klub di Inggris

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-67.75498	39.56694	-1.712414	0.1252
ln(P)	-0.394880	0.159376	-2.477668	0.0383
ln(GDHI)	0.859626	0.595538	1.443446	0.1869
ln(POP)	5.550145	2.931471	1.893297	0.0949
LPOS	-0.010615	0.002644	-4.014385	0.0039
R-squared	0.623158	F-statistic		11.94289
Adjusted R-squared	0.570980	Prob(F-statistic)		0.000000

Keterangan: *** $p < 1\%$, ** $p < 5\%$, * $p < 10\%$

Sumber: Pengolahan data pribadi, 2026

Model terbaik yang digunakan adalah *Fixed Effect Method* dengan metode estimasi *White two-way cluster*. Persamaan model yang dibentuk adalah sebagai berikut:

$$\ln(\text{ATT})_{it} = -67.75498 - 0.394880 \ln(P) + 0.859626 \ln(\text{GDHI}) + 5.550145 \ln(\text{POP}) - 0.010615 \text{LPOS}$$

a. Uji Parsial (Uji Statistik t)

Uji regresi secara parsial bertujuan untuk mengukur signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Pengujian ini dilakukan dengan memperhatikan nilai koefisien regresi, nilai t statistik, serta nilai probabilitas (p-value) dari hasil estimasi. Pengujian dilakukan dengan menggunakan perumusan hipotesis sebagai berikut.:

H₀: Koefisien regresi parsial variabel independen tidak signifikan terhadap variabel dependen

H_a: Koefisien regresi parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

Berdasarkan Tabel 4.5, terdapat hasil yang berbeda-beda mengenai hasil uji secara parsial, antara lain:

1. Harga Tiket

Variabel Harga Tiket ln(P) menunjukkan koefisien negatif sebesar -0.394880 memiliki arti bahwa setiap peningkatan harga tiket sebesar 1 persen dapat menurunkan persentase kehadiran penonton sebesar 0.39 persen. Secara parsial, besarnya pengaruh tersebut secara statistik signifikan dengan nilai t hitung $2.041281 > t$ tabel 1.70113 dan nilai probabilitas 0.0383 ($p < 0,10$). Penelitian ini sejalan dengan hipotesis yang menyatakan bahwa kenaikan harga tiket memiliki pengaruh negatif terhadap kehadiran penonton.

2. Tingkat Pendapatan

Variabel Pendapatan Rumah Tangga Bruto $\ln(\text{GDHI})$ menunjukkan koefisien positif sebesar 0.859626, memiliki arti bahwa setiap peningkatan pendapatan sebesar 1 persen dapat meningkatkan persentase kehadiran penonton sebesar 0.85 persen. Secara parsial, besarnya pengaruh tersebut secara statistik tidak signifikan dengan nilai t hitung 1.584504 < tabel 1.70113 dan nilai probabilitas 0.1869 ($p > 0,05$). Penelitian ini tidak sejalan dengan hipotesis yang menyatakan bahwa pendapatan memiliki pengaruh negatif terhadap kehadiran penonton. Walaupun hasil tersebut berbeda dengan hipotesis, secara statistik dari variabel tersebut tidak signifikan.

3. Kepadatan Populasi

Variabel Populasi $\ln(\text{POP})$ memiliki koefisien positif sebesar 5.550145 memiliki arti bahwa setiap peningkatan populasi sebesar 1 persen dapat meningkatkan kehadiran penonton sebesar 5.55 persen. Secara parsial, besarnya pengaruh tersebut secara statistik signifikan dengan nilai t hitung 1.916232 > t tabel 1.70113 dan nilai probabilitas 0.0949 ($p < 0,1$). Penelitian ini sejalan dengan hipotesis yang menyatakan bahwa populasi memiliki pengaruh positif terhadap kehadiran penonton dan signifikan.

4. Peringkat Klub di Liga

Variabel Peringkat (LPOS) memiliki koefisien negatif sebesar -0.010615 yang memiliki arti bahwa setiap peningkatan jumlah peringkat sebesar 1 peringkat dapat menurunkan kehadiran penonton sebesar 1,06 persen. Secara parsial, besarnya pengaruh tersebut secara statistik signifikan dengan nilai t hitung 7.190515 > t tabel

1.70113 dan nilai probabilitas 0. 0.0039 ($p < 0,01$). Penelitian ini sejalan dengan hipotesis yang menyatakan bahwa peringkat memiliki pengaruh negatif terhadap kehadiran penonton.

b. Uji Simultan (Uji Statistik F)

Dari hasil penelitian pada Table 4.8, hasil uji simultan memperoleh nilai p sebesar 0.0000. Nilai ini lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05 ($p - value < 0.05$). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa setidaknya satu variabel independen secara signifikan mempengaruhi persentase kehadiran supporter klub di Inggris untuk periode 2010-2019.

c. Koefisien Determinasi R

Hasil yang disajikan dalam Tabel 4.8 menunjukkan nilai *R-squared* (R^2) sebesar 0.630486 dan Adjusted R-squared (58.3%). nilai *R-squared* (R^2) Mengukur persentase variasi variabel terikat yang mampu dijelaskan oleh variabel bebas sedangkan nilai Adjusted R-squared menyesuaikan dengan jumlah sampel dan jumlah variabel dalam model; Bisa naik atau turun. jika variabel tambahan meningkatkan kualitas model secara signifikan; dan digunakan pada regresi berganda (jika memiliki lebih dari satu variabel independen). Nilai Adjusted R-squared menunjukkan bahwa variabel independen yang dipertimbangkan dalam studi ini dapat menjelaskan sekitar 58.3% variasi yang diamati pada variabel-variabel tersebut. Sisanya, sebesar 41.7% variasi, dikaitkan dengan faktor-faktor yang tidak termasuk dalam variabel-variabel yang dianalisis.

4.4 Diskusi Hasil

4.4.1 Pengaruh Harga Tiket terhadap Permintaan Kehadiran Pendukung

Berdasarkan hasil pengujian, variabel harga tiket yang ditransformasikan ke dalam bentuk logaritma memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kehadiran suporter. Hasil ini sejalan dengan teori ekonomi yang menjelaskan hubungan dasar antara harga suatu produk dan jumlah permintaan konsumen. Dalam hukum permintaan, terdapat hubungan terbalik antara harga dan kuantitas yang diminta, di mana kenaikan harga akan menyebabkan penurunan jumlah permintaan.

Transformasi logaritma pada variabel permintaan menunjukkan bahwa setiap peningkatan persentase harga tiket akan berdampak langsung pada penurunan rata-rata jumlah penonton yang hadir di stadion, dengan asumsi faktor lain dianggap konstan (*ceteris paribus*). Penggunaan transformasi logaritma pada variabel harga dalam penelitian ini juga secara langsung menggambarkan konsep elastisitas harga permintaan dalam teori ekonomi mikro. Koefisien regresi yang bernilai negatif mengonfirmasi berlakunya hukum permintaan, di mana konsumen merespons perubahan harga secara proporsional. Karena data diolah dalam bentuk logaritmik, koefisien yang dihasilkan menunjukkan adanya tingkat sensitivitas tertentu dari audiens terhadap persentase kenaikan harga tiket.

Bagi suporter yang memiliki loyalitas tinggi terhadap tim tertentu, substitusi antar tim cenderung tidak terjadi. Dalam kondisi tersebut, kenaikan harga tiket lebih memungkinkan penggemar mengalihkan konsumsi ke aktivitas lain dibandingkan berpindah mendukung tim lain dalam olahraga yang sama (Downward et al., 2009).

Penelitian Bird (1982) pada liga Inggris dari musim 1948-1979, ditemukan bahwa nilai elastisitas harga pada negara tersebut sebesar $-0,20$ yang menunjukkan bahwa

permintaan sepak bola bersifat inelastis terhadap harga. Artinya, ketika harga tiket meningkat sebesar 1 persen, menurunkan kehadiran supporter hanya sebesar 0,2 persen.

Simmons (1996) menemukan bahwa variabel harga tiket berpengaruh negatif terhadap jumlah penonton pertandingan sepak bola di liga divisi utama Inggris pada musim 1962-1991 pada 20 klub. Hasil estimasi menunjukkan bahwa kenaikan harga tiket menurunkan jumlah penonton sesuai teori permintaan, tetapi nilai elastisitas yang diperoleh relatif rendah sehingga permintaan sepak bola tergolong inelastis. Sebagian besar klub memiliki nilai elastisitas harga jangka panjang di bawah satu, yang menunjukkan bahwa penonton tidak terlalu sensitif terhadap perubahan harga tiket. Kondisi tersebut mencerminkan tingginya loyalitas supporter terhadap klub. Selain itu, tingkat sensitivitas harga berbeda antar klub. Manchester United F.C. memiliki elastisitas harga yang sangat rendah, sedangkan Arsenal F.C. dan Aston Villa F.C. menunjukkan permintaan yang lebih elastis. Temuan ini menunjukkan bahwa klub besar dengan basis pendukung yang kuat memiliki kemampuan lebih besar untuk menaikkan harga tiket tanpa kehilangan banyak penonton.

Dobson & Goddard (1995) menemukan bahwa variabel harga memiliki koefisien negatif terhadap jumlah penonton sepak bola di sepakbola Inggris dari musim 1925-1992. Hal ini menunjukkan bahwa kenaikan harga tiket akan menurunkan jumlah penonton. Namun, besarnya pengaruh tersebut relatif kecil sehingga permintaan sepak bola bersifat sangat tidak elastis terhadap harga. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kenaikan harga tiket sebesar £1 hanya mengurangi jumlah penonton sekitar 0,97 persen, dengan elastisitas harga sekitar $-0,078$. Temuan ini mengindikasikan bahwa pendukung sepak bola tidak terlalu sensitif terhadap perubahan harga tiket. Meskipun harga meningkat, sebagian besar

suporter tetap menghadiri pertandingan karena adanya ikatan emosional, loyalitas, dan kebiasaan yang telah terbentuk.

Dobson & Goddard (1995) juga menjelaskan bahwa ketahanan permintaan pasar tercermin dari kemampuan klub sepak bola meningkatkan pendapatan riil secara substansial melalui kenaikan harga tiket tanpa kehilangan banyak penonton sejak pertengahan 1980-an. Pada musim 1925-1992 di liga sepakbola inggris ditemukan bahwa pengaruh harga signifikan negatif secara statistik dan elastisitas harga yang ditemukan relatif rendah, sehingga kehadiran penonton dinilai lebih dipengaruhi oleh performa tim dan nilai hiburan dibandingkan perubahan harga tiket.

Villa et al. (2011) menemukan adanya hubungan negatif dan inelastis antara harga tiket dan jumlah penonton di liga divisi utama spanyol dari musim 1992-2000, dengan nilai elastisitas harga sebesar 0,15. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kenaikan harga tiket hanya menurunkan jumlah penonton dalam proporsi yang relatif kecil.

Dalam penelitian García & Rodríguez (2002) mengenai permintaan kehadiran penonton di La Liga pada musim 1992-1995, ditemukan bahwa harga tiket memiliki pengaruh negatif terhadap jumlah penonton. Hasil estimasi menunjukkan bahwa peningkatan harga tiket akan mengurangi jumlah penonton yang hadir di pertandingan. Namun, nilai elastisitas harga umumnya lebih kecil dari satu secara absolut, sehingga permintaan sepak bola bersifat inelastis terhadap harga. Rata-rata elastisitas dalam model utama sekitar -0,968, yang berarti kenaikan harga tiket sebesar 1 persen hanya menurunkan jumlah penonton kurang dari 1 persen. Dengan demikian, suporter relatif tidak sensitif terhadap kenaikan harga tiket. Penelitian tersebut juga menemukan perbedaan elastisitas antar klub. Real Madrid CF memiliki permintaan yang sangat elastis dalam salah satu spesifikasi model (-2,7388), sedangkan Athletic Bilbao dan Atlético Madrid menunjukkan

elastisitas yang lebih rendah. Penulis menyimpulkan bahwa sebagian besar klub di Spanyol beroperasi pada bagian kurva permintaan yang inelastis, sehingga klub dapat meningkatkan harga tiket tanpa menyebabkan penurunan jumlah penonton yang proporsional dan tetap meningkatkan pendapatan pertandingan.

Ferreira & Bravo (2007) menyatakan bahwa pada musim 1990-2002, suporter sepak bola di Chile tidak begitu sensitif terhadap peningkatan harga tiket.. Oleh karena itu, kenaikan harga hanya memberikan pengaruh kecil terhadap jumlah suporter setelah faktor lain dikendalikan. Selain itu, dimungkinkan bahwa harga total lebih penting dibandingkan harga riil bagi penggemar sepak bola Chili.

Jennett (1984) menyatakan bahwa dalam persamaan penelitiannya, seluruh koefisien kecuali variabel RELSIG, PRICE, dan SEASON signifikan pada tingkat 5 persen dan memiliki arah hubungan sesuai harapan.

Madalozzo (2008) menemukan bahwa rata-rata harga tiket memiliki koefisien negatif dengan nilai elastisitas kurang dari satu. Hal ini berarti kenaikan harga tiket menurunkan jumlah penonton dalam proporsi yang lebih kecil. Jika setiap tim dianggap sebagai monopoli atas produknya masing-masing, maka kondisi tersebut menunjukkan bahwa klub belum memaksimalkan keuntungan karena mereka menetapkan harga pada bagian kurva permintaan yang inelastis. Temuan ini dianggap tidak mengejutkan karena klub sering memanipulasi harga tiket untuk meningkatkan jumlah penonton tanpa terlalu memerhatikan aspek keuntungan maksimum.

Baranzini (2008) menjelaskan bahwa karena variabel harga dinyatakan dalam bentuk logaritma, koefisien yang dihasilkan dapat langsung diinterpretasikan sebagai elastisitas. Hasil estimasi menunjukkan elastisitas harga rata-rata yang lemah sebesar $-0,53$. Elastisitas yang rendah tersebut mengindikasikan bahwa kenaikan harga tiket justru dapat

meningkatkan pendapatan pertandingan. Selain itu, kondisi tersebut menunjukkan bahwa klub sepak bola tidak sepenuhnya bertindak sebagai monopoli yang memaksimalkan keuntungan, karena apabila demikian mereka akan menaikkan harga hingga berada pada area permintaan yang elastis. Penelitian tersebut juga menemukan bahwa FC Basel memiliki karakteristik berbeda dibandingkan klub lain di Swiss, baik dari sisi jumlah penonton maupun prestasi olahraga. Elastisitas harga FC Basel mencapai $-1,03$, sedangkan klub lain rata-rata hanya sekitar $-0,32$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa FC Basel mampu memanfaatkan kekuatan pasarnya terutama dalam penetapan harga tiket.

Bortoluzzo (2011) menemukan bahwa kenaikan harga tiket rata-rata sebesar 10 dolar hanya menurunkan jumlah penonton yang membayar sekitar 2,11 persen di liga Brazil pada tahun 2004-2009. Temuan ini menunjukkan rendahnya elastisitas harga dalam permintaan tiket pertandingan sepak bola.

Italo et al. (2011) menemukan bahwa variabel ekonomi seperti harga dan pendapatan signifikan secara statistik pada tingkat 5 persen di liga Brasil pada musim 2013. Nilai elastisitas harga yang diperoleh sebesar $-0,72$, yang menunjukkan bahwa permintaan sepak bola bersifat inelastis terhadap harga. Artinya, suporter di Brasil cenderung tidak terlalu sensitif terhadap perubahan harga tiket karena kenaikan harga hanya menurunkan permintaan dalam proporsi yang lebih kecil. Dengan demikian, peningkatan harga tiket tidak secara drastis mengurangi jumlah penonton yang hadir di stadion.

Avgerinou & Giakoumatos (2009) juga menemukan elastisitas harga yang rendah sebesar $-0,40$ di liga Yunani pada musim 1991-2006.

Karakteristik pendukung sepak bola berbeda dengan konsumen pada umumnya karena adanya loyalitas yang kuat terhadap klub. Dukungan ini sering kali bersifat jangka panjang dan tidak mudah berubah, bahkan cenderung bertahan sepanjang hidup (FTF, 1999).

Akibatnya, permintaan dari sebagian pendukung dapat bersifat relatif inelastis terhadap harga. (Barajas & Crolley, 2006)

“It’s a Whole New Ball Game” adalah slogan utama yang sengaja diciptakan oleh British Sky Broadcasting (BSkyB) untuk mengumumkan musim perdana Liga Premier, dengan memosisikannya sebagai lingkungan yang ramah keluarga, bebas dari tindakan hooligan, dan dipenuhi oleh pendukung lokal yang autentik. Liga Premier dikomersialkan melalui kebijakan penjualan tiket baru yang bertujuan untuk menciptakan atmosfer penonton yang lebih “Makmur” dan beragam misalnya, keluarga, anak-anak, penggemar kelas menengah dan atas, juga menyebabkan pengucilan bertahap kelas pekerja tradisional dari tribun. Sejak tahun-tahun awal siaran langsung EPL pada 1990-an, media mengomersialkan atmosfer di tribun—yang secara organik diciptakan oleh pendukung lokal setia, kebanyakan dari latar belakang kelas pekerja—sebagai simbol terpenting EPL (Tobar & Ramshaw, 2022).

Klub sebaiknya menghindari kesan bahwa harga tiket ditetapkan secara oportunistis. Terutama para penggemar dan pendukung setia klub yang tahu persis berapa harga yang mereka bayarkan untuk pertandingan-pertandingan sebelumnya dan akan membandingkan harga baru dengan harga lama. Jelaslah bahwa klub tidak boleh membahayakan hubungan yang sehat dan berharga dengan para penggemar setianya dengan menetapkan harga yang terlalu tinggi. Namun, kemampuan dan kesediaan para penggemar untuk membayar sangat bervariasi. Klub perlu mengidentifikasi perbedaan elastisitas harga di antara kelompok-kelompok pelanggan dan menetapkan harga tiket sesuai dengan hal tersebut (Nufer & Fischer, 2013).

Mengutip dari Guardian (2019), Liga Premier Inggris mencatat pendapatan rekor sebesar £4,827 miliar pada musim 2017-18, dengan total gaji sebesar £2,8 miliar, menurut

analisis tahunan *The Guardian* terhadap laporan keuangan terbaru klub-klub tersebut. Pendapatan gabungan mereka, pada tahun kedua dari kesepakatan TV senilai £8,4 miliar Liga Premier untuk periode 2016-19, menegaskan dominasi finansial Liga Premier atas semua liga lain di Eropa.

Karena hal tersebut, Asosiasi Suporter Sepak Bola menyerukan kepada para penggemar untuk ikut serta dalam aksi unjuk rasa yang diadakan setiap tahun untuk ke markas Liga Premier dan EFL. Unjuk rasa tersebut disebabkan karena kenaikan harga tiket yang terus melonjak dan klub-klub tidak menunjukkan niat untuk menggunakan keuntungan dari hak siar televisi mereka untuk menurunkan harga tiket yang telah melonjak secara historis. Pemilik beserta direksi klub yang melakukan peningkatan harga tiket tahu bahwa para pendukung akan terus kembali. Karena hal tersebut, Klub-klub dapat memanfaatkan loyalitas suporter. (Unwin, 2025).

Aturan Liga Premier mewajibkan klub untuk menyediakan tiket diskon, akan tetapi kategori ini tidak didefinisikan dengan jelas, dan beberapa klub berusaha menawarkan tiket diskon hanya di bagian tertentu stadion untuk memastikan kursi premium dapat dijual dengan harga tertinggi. Perubahan ketentuan ini akan membantu penggemar muda, dan olahraga ini membutuhkan generasi berikutnya untuk memiliki akses ke pertandingan (Unwin, 2025).

Klub-klub perlu berhati-hati karena Pengalaman sepak bola tidak hanya tentang aksi di lapangan, tetapi juga apa yang terjadi di tribun penonton. Penonton yang datang untuk satu pertandingan ingin merasakan pengalaman yang tak terlupakan, dan salah satunya adalah atmosfer yang hidup. Seringkali para penonton reguler yang menciptakan keramaian, tetapi jika mereka tidak mampu lagi datang karena harga tiket yang mahal, stadion yang sepi bisa menjadi kenyataan, dan hal itu akan merugikan pengalaman bagi penonton yang datang

sehari-hari dan pemirsa televisi. Ada faktor-faktor yang mungkin tidak banyak dipertimbangkan oleh klub karena di luar kendali mereka, tetapi kenaikan biaya transportasi, makanan, dan minuman membuat hari libur menonton sepak bola menjadi lebih mahal dari sebelumnya sebelum masuk ke stadion. (Unwin, 2025)

4.4.2 Pengaruh Tingkat Pendapatan terhadap Permintaan Kehadiran Pendukung

Variabel pendapatan (GDHI) yang ditransformasikan ke dalam bentuk logaritma natural memiliki koefisien positif, namun tidak signifikan secara statistik terhadap jumlah penonton. Nilai signifikansi yang berada di atas probabilitas 10 persen menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan tidak dapat disimpulkan dapat mempengaruhi kehadiran penonton dalam penelitian ini.

Hasil tersebut tidak sejalan dengan Sejumlah penelitian. menemukan bahwa pendapatan memiliki pengaruh positif terhadap kemungkinan individu berpartisipasi dalam olahraga (Garcia et al., 2011). Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi olahraga membutuhkan pengeluaran tertentu untuk barang dan jasa olahraga.

Penelitian Avgerinou & Giakoumatos (2009) menemukan elastisitas pendapatan positif sebesar 0,46, yang menunjukkan bahwa sepak bola di Yunani termasuk barang normal. Sebaliknya, Madalozzo & Villar (2008) menemukan koefisien pendapatan per kapita yang negatif, yang mengindikasikan bahwa permintaan sepak bola lebih tinggi pada masyarakat berpendapatan rendah karena mereka memiliki lebih sedikit alternatif hiburan sebagai barang substitusi.

Reaksi suporter sepak bola di Skotlandia terhadap perubahan pendapatan juga menunjukkan tantangan tersendiri bagi industri sepak bola. Jennett (1984) menyatakan bahwa dalam jangka panjang, sepak bola profesional memiliki karakteristik sebagai barang

inferior. Penelitian time series mengenai jumlah penonton sepak bola oleh Bird (1982) menghasilkan estimasi elastisitas pendapatan sebesar $-0,60$, yang menunjukkan bahwa menonton sepak bola dianggap sebagai barang inferior pada periode 1948–1980. Bird (1982) menjelaskan bahwa meningkatnya pendapatan riil memperluas pilihan aktivitas rekreasi masyarakat sehingga konsumen memiliki lebih banyak alternatif selain menonton sepak bola. Selain itu, peningkatan standar hidup mendorong penonton beralih ke bentuk hiburan lain.

Simmons (1996) menyatakan bahwa model penelitiannya memasukkan pengaruh pendapatan dengan menggunakan pendapatan riil regional sebagai variabel independen, menggantikan variabel pengangguran yang dianggap sulit diinterpretasikan. Hasil penelitian tersebut tidak menemukan bukti bahwa sepak bola merupakan barang inferior. Bahkan, bagi beberapa klub, sepak bola justru tergolong sebagai barang mewah, berbeda dengan sejumlah penelitian sebelumnya.

Bradbury (2019) menemukan bahwa estimasi pendapatan berpengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap jumlah penonton. Peningkatan pendapatan per kapita sebesar 1.000 dolar dikaitkan dengan kenaikan jumlah penonton sebesar 0,76 hingga 1,57 persen. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kesejahteraan masyarakat berkaitan dengan konsumsi sepak bola di Major League Soccer (MLS), sehingga sepak bola sebagai olahraga tontonan di Amerika Serikat dapat dikategorikan sebagai barang normal.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Falter & Perignon (2000) di *Ligue 1*, ditemukan bahwa jumlah penonton sepak bola tidak selalu berkorelasi positif dengan pendapatan konsumen, sehingga pertandingan sepak bola dapat dipandang sebagai produk kelas bawah. Secara historis, sepak bola memang populer di kalangan kelas pekerja karena harganya yang relatif terjangkau.

Dobson & Goddard (1995) menjelaskan bahwa tingkat pendapatan yang lebih tinggi pada penonton kelas menengah dapat menjadi alasan ekonomi mengapa pola kehadiran mereka relatif tidak sensitif terhadap perubahan harga tiket. Sementara itu, Bortoluzzo et al. (2011) menemukan bahwa pendapatan per kapita tahunan di kota tempat pertandingan berlangsung berpengaruh signifikan terhadap permintaan di liga Brazil pada tahun 2004-2009. Namun, ia berpendapat kalau pengaruh negatif di variabel pendapatan dianggap cukup bertentangan dengan intuisi. Kondisi tersebut diduga berkaitan dengan keberadaan berbagai alternatif hiburan lain di kota-kota dengan tingkat pendapatan per kapita yang lebih tinggi.

Italo et al. (2011) menyatakan bahwa sepak bola merupakan barang normal, sehingga peningkatan pendapatan konsumen dapat mendorong peningkatan konsumsi terhadap sepak bola di liga Brazil pada tahun 2013.

4.4.3 Pengaruh Populasi terhadap Permintaan Kehadiran Pendukung

Berdasarkan hasil uji regresi, variabel populasi menunjukkan hubungan positif terhadap rata-rata kehadiran suporter, meskipun pengaruhnya tidak signifikan. Koefisien positif tersebut mengindikasikan bahwa secara teoritis pertumbuhan populasi di sekitar wilayah operasional klub dapat meningkatkan potensi pasar. Dalam konteks ini, pertandingan sepak bola dipandang sebagai barang konsumsi yang permintaannya meningkat seiring bertambahnya jumlah penduduk. Nilai signifikansi yang berada di bawah probabilitas 10 persen ($p < 0,1$) menunjukkan bahwa jumlah penduduk memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah suporter yang hadir secara langsung di stadion.

Terdapat konteks spasial dalam preferensi. wilayah geografis lokal mencerminkan skala permintaan potensial. Tim dengan ukuran pasar potensial yang lebih besar menarik jumlah penonton yang lebih tinggi (Downward et al., 2009).

Bradbury (2019) menyatakan bahwa faktor demografis lain seperti ukuran populasi tidak selalu memberikan pengaruh yang kuat atau konsisten terhadap jumlah penonton.

Bortoluzzo (2010) menjelaskan bahwa variabel populasi dimasukkan karena stadion yang berada di kota dengan kepadatan penduduk tinggi diperkirakan akan menerima arus penonton yang lebih besar. Selain itu, Falter & Perignon menyebutkan bahwa populasi kota asal masing-masing klub juga menjadi variabel penjelas yang relevan terhadap jumlah penonton.

Walker (1986) menyatakan bahwa klub yang lebih sukses cenderung berada di pusat populasi yang lebih besar, dan keberhasilan klub tersebut akan menarik jumlah penonton yang lebih tinggi. Dengan asumsi faktor lain tetap, jumlah penonton akan berhubungan positif dengan tingkat keberhasilan klub dan populasi wilayah metropolitan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Barajas & Crolley (2005) di Spanyol ditemukan bahwa jumlah penonton sangat dipengaruhi oleh populasi provinsi yang telah disesuaikan (Adjusted Population of the Province/APP) maupun populasi kota yang telah disesuaikan (Adjusted Population of the Town/APT). Sementara itu, Villa et al. (2011) juga menemukan bahwa ukuran pasar yang diprosikan melalui jumlah populasi memberikan pengaruh positif terhadap jumlah penonton sesuai dengan yang diharapkan.

4.4.4 Pengaruh Peringkat Klub di Liga terhadap Permintaan Kehadiran Penonton

Berdasarkan hasil pengujian, variabel peringkat klub di liga memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kehadiran suporter. Hasil ini sejalan dengan teori ekonomi yang menjelaskan hubungan dasar antara harga suatu produk dan jumlah permintaan konsumen. Dalam hukum permintaan, terdapat hubungan terbalik antara harga dan kuantitas yang diminta, di mana kenaikan harga akan menyebabkan penurunan jumlah permintaan.

Dalam teori permintaan konsumen, preferensi umumnya diasumsikan bersifat tetap untuk mempermudah pembentukan model dan penarikan prediksi. Namun, dalam konteks olahraga profesional, asumsi tersebut menjadi tidak realistis karena preferensi penonton dapat dipengaruhi oleh kualitas tim dan pertandingan (Downward et al., 2009).

Para penggemar tertarik pada pertandingan yang menampilkan pertunjukan keterampilan berkualitas tinggi, lalu kualitas rata-rata tim yang bertanding dalam suatu

pertandingan merupakan salah satu cara untuk menggambarkan efek kualitas (Borland & McDonald, 2003).

Peringkat klub di liga berguna sebagai salah satu faktor penentu tingkat kehadiran penonton pada pertandingan-pertandingan individu selama musim ini, dan dalam hal preferensi, peringkat klub berguna sebagai ukuran kualitas tiap tim (Fort, 2006; Szymanski, 2009; Rodriguez et al., 2015).

Hasil pengujian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh Barajas & Crolley (2007) bahwa pengaruh peringkat klub di liga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kehadiran supporter di liga spanyol pada musim 1999-2000

4.4.5 Pengaruh Covid terhadap Permintaan Kehadiran Penonton

Variabel Covid (COVID) memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah kehadiran penonton. Hasil ini sejalan dengan (Reade & Singleton, 2021 ; Bond, A. J. et al., 2022). Pada Jumat, 13 Maret 2020, kompetisi sepak bola profesional di seluruh Inggris Raya dihentikan. Pada awal April, penangguhan pertandingan langsung diperpanjang, sejalan dengan perubahan global yang lebih luas di dunia sepak bola dan olahraga. COVID-19 menimbulkan guncangan pasar eksternal pada sistem sepak bola, menghapus kalender sepak bola Eropa untuk pertama kalinya sejak Perang Dunia II. Sejak Maret 2020, pemangku kepentingan termasuk pemilik klub, investor, stasiun televisi, pengiklan, dan ekosistem sepak bola terpaksa menyesuaikan dampak hilir dari pembatalan acara, mengubah strategi operasional dan komersial pada skala yang belum pernah terjadi sebelumnya (Bond et al., 2022).

Pandemi COVID-19 telah menunjukkan bahwa penonton secara langsung terlibat dalam proses penciptaan nilai. Hubungan simbiosis antara penggemar dan klub adalah

hubungan di mana mereka bersama-sama menciptakan produk yang tidak dapat dipisahkan dari salah satu pihak saja (Bond et al., 2022)



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi permintaan tiket pertandingan sepak bola di Inggris pada tahun 2010-2019. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi rata-rata kehadiran penonton tiap musim sebagai indikator permintaan tiket lalu harga tiket, pendapatan, populasi, dan peringkat klub. Dengan menggunakan metode regresi linier berganda, penelitian ini berusaha mengidentifikasi sejauh mana masing-masing variabel tersebut mempengaruhi tingkat kehadiran penonton di stadion selama periode pengamatan. Ditemukan bahwa Harga Tiket, Pendapatan, Populasi, Peringkat Klub di Liga, Covid-19 berpengaruh secara simultan terhadap Kehadiran Suporter di Liga Inggris pada musim 2010-2019

Variabel harga tiket (P) terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jumlah penonton. Hasil ini mengindikasikan bahwa peningkatan harga tiket menyebabkan peningkatan jumlah penonton yang hadir di stadion. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan penonton bersifat relatif tidak elastis terhadap harga. Lalu dalam bukti empiris yang sudah diperlihatkan terdapat perbedaan hasil karena perbedaan lokasi beserta liga penelitian dan tahun penelitian.

Berdasarkan hasil estimasi, variabel pendapatan (GDHI) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap jumlah penonton pertandingan sepak bola. Dengan demikian, sepak bola dapat dikategorikan sebagai barang normal di mana permintaannya meningkat seiring dengan kenaikan pendapatan. Hasil ini konsisten dengan teori ekonomi permintaan

serta literatur ekonomi olahraga yang menempatkan pendapatan sebagai salah satu determinan penting dalam keputusan membeli barang.

Variabel populasi (POP) menunjukkan pengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap Kehadiran penonton rata-rata. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin besar ukuran populasi suatu wilayah, semakin besar pula potensi pasar yang dapat dikonversi menjadi penonton pertandingan. Dengan demikian, populasi berperan sebagai determinan penting dalam menjelaskan variasi jumlah kehadiran penonton di stadion. Temuan ini sejalan dengan teori permintaan, di mana ukuran pasar menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi tingkat konsumsi suatu produk, termasuk pertandingan sepak bola.

Variabel peringkat klub di liga (LPOS) menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan tiket. Artinya, penambahan angka peringkat klub di klasemen (peringkat semakin buruk) mengurangi kehadiran suporter untuk menghadiri pertandingan. Hasil ini menunjukkan bahwa performa klub di lapangan memainkan peranan penting dalam menarik penonton ke stadion, karena keberhasilan dan persaingan di papan atas meningkatkan daya tarik pertandingan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menginterpretasikan hasil. Pertama, keterbatasan ketersediaan data menyebabkan tidak seluruh klub dapat dikaitkan secara spesifik dengan data karakteristik kota atau wilayah tempat klub tersebut berada. Beberapa klub berlokasi di kota yang data pendukungnya tidak tersedia secara lengkap atau konsisten sepanjang periode penelitian, sehingga observasi yang digunakan dalam analisis terbatas pada klub dan wilayah yang memiliki data yang dapat

diakses. Kondisi ini berpotensi mengurangi cakupan sampel penelitian dan mempengaruhi generalisasi hasil.

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini terletak pada penggunaan variabel dependen berupa rata-rata kehadiran penonton permusim yang merepresentasikan jumlah rata-rata penonton secara agregat. Variabel ini tidak membedakan karakteristik penonton berdasarkan gender, kelompok umur, maupun status kepemilikan tiket seperti tiket musim dan pembeli tiket pertandingan tunggal. Menurut kami, perbedaan karakteristik tersebut berpotensi memengaruhi sensitivitas terhadap harga, preferensi terhadap performa tim, serta keputusan untuk menghadiri pertandingan. Dengan demikian, model dalam penelitian ini belum mampu menangkap dinamika permintaan yang bersifat lebih tersegmentasi. Oleh karena itu, hasil penelitian lebih mencerminkan pola permintaan secara umum dan belum menggambarkan perilaku masing-masing kelompok penonton secara spesifik.

Mengacu pada konsep Actual and Latent Spectator Demand yang dikemukakan oleh Downward et al. (2009), data kehadiran suporter di stadion pada dasarnya hanya merekam permintaan aktual, yakni jumlah tiket yang berhasil terjual dan digunakan. Data ini memiliki kelemahan karena tidak mampu menangkap total permintaan riil di pasar, melainkan hanya menangkap permintaan yang terakomodasi oleh kapasitas stadion.

Pada liga yang sangat kompetitif dan populer seperti English Premier League (EPL), banyak klub beroperasi pada titik kapasitas stadion maksimum atau sering mengalami sold-out (Downward et al., 2009). Dalam kondisi ini, terbentuk latent demand (permintaan laten atau tersembunyi) yang besar, terdiri dari sekumpulan suporter yang memiliki keinginan untuk hadir namun terhalang oleh keterbatasan kursi.

Kedua, variabel dependen berupa jumlah penonton pertandingan sepak bola dipengaruhi oleh berbagai faktor non-ekonomi yang tidak sepenuhnya dapat dimasukkan ke

dalam model, seperti kondisi cuaca, jadwal pertandingan, rivalitas antar klub, jam pertandingan, keamanan stadion, fasilitas stadion, serta keberadaan pemain bintang.

Ketiga, periode penelitian dibatasi pada tahun 2010–2019 untuk menghindari distorsi akibat pandemi COVID-19 yang menyebabkan pembatasan penonton dan perubahan perilaku yang bersifat kebijakan, bukan keputusan ekonomi murni. Pembatasan periode ini membuat hasil penelitian tidak mencerminkan kondisi selama masa pandemi maupun periode pascapandemi.

Keempat, Preferensi penonton juga dipengaruhi oleh lingkungan sosial serta pengalaman konsumsi di masa lalu. Pengaruh komunitas, seperti keluarga, teman, atau kelompok pendukung, mencerminkan peran *social capital*, di mana keputusan individu dipengaruhi oleh interaksi sosial di sekitarnya. Sementara itu, pengalaman menonton sebelumnya mencerminkan *consumption capital*, di mana konsumsi di masa lalu membentuk preferensi di masa kini (Downward et al., 2009).

Selain itu, penelitian ini menggunakan variabel populasi secara agregat sebagai proksi ukuran pasar potensial tanpa mempertimbangkan struktur demografi seperti distribusi usia dan gender. Penggunaan populasi total mengasumsikan bahwa seluruh penduduk memiliki peluang yang relatif sama untuk menghadiri pertandingan, padahal dalam praktiknya terdapat perbedaan preferensi dan tingkat partisipasi berdasarkan kelompok usia maupun gender.

5.3 Saran

Berdasarkan keterbatasan dalam penelitian ini, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan data yang lebih lengkap dan terperinci, khususnya terkait karakteristik kota atau wilayah tempat klub sepak bola berada. Ketersediaan data yang lebih konsisten mengenai variabel wilayah diharapkan dapat memungkinkan analisis yang mencakup lebih

banyak klub, termasuk klub yang pada penelitian ini belum dapat dianalisis karena keterbatasan data kota. Dengan cakupan data yang lebih luas, hasil penelitian diharapkan memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik.



DAFTAR PUSTAKA

- Barajas, A., & Crolley, L. (2005). A model to explain support in Spanish football.
- Bird, P. J. (1982). The demand for league football. *Applied economics*, 14(6), 637-649.
- Borland, J. (2006). The production of professional team sports. In *Handbook on the economics of sport*. Edward Elgar Publishing.
- Borland, J., & MacDonald, R. (2003). Demand for sport. *Oxford review of economic policy*, 19(4), 478-502.
- Bradbury, J. C. (2020). Determinants of attendance in major league soccer. *Journal of Sport Management*, 34(1), 53-63.
- Buraimo, B., Forrest, D., & Simmons, R. (2007). Freedom of entry, market size, and competitive outcome: Evidence from English soccer. *Southern Economic Journal*, 74(1), 204-213.
- Buraimo, B., Tena, J. D., & de la Piedra, J. D. (2018). Attendance demand in a developing football market: The case of the Peruvian first division. *European Sport Management Quarterly*, 18(5), 671-686.
- Byon, K. K., Zhang, J. J., & Connaughton, D. P. (2010). Dimensions of general market demand associated with professional team sports: Development of a scale. *Sport Management Review*, 13(2), 142-157.
- Coates, D., & Humphreys, B. R. (2007). Ticket prices, concessions and attendance at professional sporting events. *International Journal of Sport Finance*, 2(3), 161-170.
- Croft, O., & Tena, J. D. D. (2023). *A game of two halves: Determinants of attendance in the FA WSL and male team spillover effects* (No. 202308).
- Croll, A. (2004). Popular leisure and sport. *A Companion to Nineteenth-Century Britain*, 396-411.
- Driehuijs, R., van Ours, J. C., & Fok, D. Exploring determinants of football stadium attendance in Germany using panel data.
- El-Hodiri, M., & Quirk, J. (1971). An economic model of a professional sports league. *Journal of political economy*, 79(6), 1302-1319.
- Falter, J. M., & Pérignon, C. (2000). Demand for football and intramatch winning probability: an essay on the glorious uncertainty of sports. *Applied Economics*, 32(13), 1757-1765.
- Fink, J. S., Parker, H. M., Brett, M., & Higgins, J. (2009). Off-field behavior of athletes and team identification: Using social identity theory and balance theory to explain fan reactions. *Journal of Sport Management*, 23(2), 142-155.
- Forrest, D., & Simmons, R. (2002). Outcome uncertainty and attendance demand in sport: the case of English soccer. *Journal of the Royal Statistical Society Series D: The Statistician*, 51(2), 229-241.
- Forrest, D., & Simmons, R. (2006). New issues in attendance demand: The case of the English football league. *Journal of Sports Economics*, 7(3), 247-266.
- Fort, R. (2004). Inelastic sports pricing. *Managerial and decision economics*, 25(2), 87-94.
- Lera-López, F., & Rapún-Gárate, M. (2007). The demand for sport: Sport consumption and participation models. *Journal of sport Management*, 21(1), 103-122.
- Madalozzo, R. C., & Villar, R. B. (2008). A model of attendance demand at the Brazilian football league.
- Mullin, B. J., Hardy, S., & Sutton, W. (2014). *Sport marketing 4th edition*. Human Kinetics.
- Noll, R. G. (2002). The economics of promotion and relegation in sports leagues: The case of English football. *Journal of Sports Economics*, 3(2), 169-203.

- Noll, R. G. (2002). The economics of promotion and relegation in sports leagues: The case of English football. *Journal of Sports Economics*, 3(2), 169-203.
- Pawlowski, T., & Breuer, C. (2012). Expenditure elasticities of the demand for leisure services. *Applied Economics*, 44(26), 3461-3477.
- Pawlowski, T., Breuer, C., & Hovemann, A. (2010). Top clubs' performance and the competitive situation in European domestic football competitions. *Journal of sports economics*, 11(2), 186-202.
- Szymanski, S. (2001). Income inequality, competitive balance and the attractiveness of team sports: Some evidence and a natural experiment from English soccer. *The Economic Journal*, 111(469), 69-84.
- Szymanski, S., & Smith, R. (1997). The English football industry: profit, performance and industrial structure. *International review of applied economics*, 11(1), 135-153.
- Szymanski, S., & Valletti, T. M. (2010). Promotion and relegation in sporting contests. In *The comparative economics of sport* (pp. 198-228). London: Palgrave Macmillan UK.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1981). Intergroup behaviour. *Introducing social psychology*, 401-477.
- Underwood, R., Bond, E., & Baer, R. (2001). Building service brands via social identity: Lessons from the sports marketplace. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 9(1), 1-13.
- Villar, J. G., & Guerrero, P. R. (2009). Sports attendance: A survey of the literature 1973-2007. *Rivista di Diritto e di Economia dello Sport*, 5(2), 112-151.
- Watanabe, N. M. (2012). Japanese professional soccer attendance and the effects of regions, competitive balance, and rival franchises. *International Journal of Sport Finance*, 7(4), 309-323.
- Welki, A. M., & Zlatoper, T. J. (1994). US professional football: The demand for game-day attendance in 1991. *Managerial and decision Economics*, 15(5), 489-495.
- Welki, A. M., & Zlatoper, T. J. (1999). US professional football game-day attendance. *Atlantic Economic Journal*, 27(3), 285-298.
- Williams, J. (2006). 'Protect me from what I want': Football fandom, celebrity cultures and 'new' football in England. *Soccer & Society*, 7(1), 96-114.
- Zhang, J. J., Lam, E. T., & Connaughton, D. P. (2003). General market demand variables associated with professional sport consumption. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 5(1), 24-46.
- Zillmann, D., Bryant, J., & Sapolsky, B. S. (1989). Enjoyment from sports spectatorship. *Sports, games, and play: Social and psychological viewpoints*, 2, 241-278.
- Downward, P., Dawson, A., & Dejonghe, T. (2009). *Sports economics*. Routledge.
- Downward, P., & Riordan, J. (2007). Social interactions and the demand for sport: An economic analysis. *Contemporary economic policy*, 25(4), 518-537.
- Andreff, W., & Staudohar, P. D. (2000). The evolving European model of professional sports finance. *Journal of sports economics*, 1(3), 257-276.
- Reade, J. J., & Singleton, C. (2021). Demand for public events in the COVID-19 pandemic: a case study of European football. *European Sport Management Quarterly*, 21(3), 391-405.
- Bond, A. J., Cockayne, D., Ludvigsen, J. A. L., Maguire, K., Parnell, D., Plumley, D., ... & Wilson, R. (2022). COVID-19: the return of football fans. *Managing sport and leisure*, 27(1-2), 108-118.

LAMPIRAN

Lampiran A Variabel Dependen Kehadiran Penonton Sepak Bola di 33 Klub

klub	average attendance Y												
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
MCFC	45880	47045	46974	47080	45365	54041	54019	53812	54130	37097	0	52774	53249
CHE	41435	41478	41462	41482	41546	41500	41508	41282	40437	32023	0	36443	40002
LFC	42820	44253	44749	44671	44659	43910	53016	53049	52983	41955	0	53352	53163
ARS	60025	60000	60079	60013	59992	59944	59957	59323	59899	47589	0	59665	60191
NUFC	47718	49936	50517	50395	50395	49754	51106	51991	51120	48251	0	51487	52102
WHU	35353	30923	34720	34197	34871	34910	56972	56885	58336	44155	0	58370	62426
LCFC	23666	23037	23082	22498	31.693	32021	31893	31583	31832	25312	0	32493	31887
AVL	37194	33873	35060	36081	34133	33690	32107	37564	41530	28505	0	41681	41679
WBA	24683	24798	25360	25194	25064	24631	23876	24520	25265	18824	0	21481	23094
BFC	14931	14048	12928	13719	19131	16709	20558	20688	20534	15995	0	19278	19776
STO	26858	27226	26732	26137	26747	27354	27433	29280	25200	18858	0	20486	20570
NOR	25386	26606	26672	26805	27342	26972	26354	25785	26014	19913	0	26836	26510
BHA	7355	20028	26373	27276	25645	26769	27996	30403	30426	22369	0	30966	31447
WOL	27696	25682	21773	20879	22462	20157	21570	28298	31030	24758	0	30841	31482
BAFC	7103	5881	6852	9952	10265	11189	11182	10641	10532	7745	0	9209	10362
BORO	19948	16269	17558	16794	15748	24627	30449	26815	23217	16466	0	21825	27410
SAFC	40011	39095	40544	41090	43157	43071	41287	27635	33314	30118	0	35937	40483
NFO	23467	21970	23082	22498	23286	19676	20333	24680	28144	21697	0	28399	29188
BREN	5172	5643	6303	7716	10822	10310	10467	10234	10257	9156	0	16918	17078
RFC	17682	19219	23862	19171	17022	17285	18463	16656	14991	11275	0	12895	14027
HUD	13733	14145	14978	14213	13613	12631	24562	24040	23203	17966	0	21826	18978
MILL	12.439	11484	10.559	11063	10902	9816	9886	13368	13636	10478	0	12955	14767

klub	average attendance Y												
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
IPS	19615	18267	17526	17108	20871	18989	16981	16272	17765	19549	0	21779	26184
BRIS	14605	13846	13348	11929	12056	15292	19256	20953	21080	17069	0	19453	20374
COV	16310	15119	10.864	2348	8941	12570	9118	12194	12363	6677	0	19541	24932
PORT	15707	14992	12232	15458	15242	17157	16823	17917	19009	17804	0	15003	18064
SWIN	8458	8411	8528	8130	7940	7409	7026	6380	6635	7788	0	10215	9064
WYW	4495	4843	3721	3681	4044	3984	3917	4705	5329	5521	0	6052	5753
PLY	8613	6915	7096	7305	7412	9451	9652	10413	9852	10338	0	13130	15579
BRAD	11128	10121	10322	14121	13353	18926	21167	19787	16130	14309	0	15427	18662
ACC	1868	1785	1675	1606	1478	2036	1699	1979	2764	2862	0	2915	2988
EXE	5393	4474	4421	3201	3873	4008	4490	4251	4418	4847	0	5312	6846
LINC	3508	2347	2181	2354	2563	2594	5162	9195	9006	8986	0	8773	8486



ITL	ITL code	Region name	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
UK	UK	United Kingdom	16,111	16,270	16,870	17,506	18,061	19,004	19,228	19,677	20,407	21,016
Other	TLB	England	16,423	16,560	17,192	17,852	18,426	19,449	19,684	20,139	20,914	21,519
ITL1	TLC	North East	13,498	13,634	14,217	14,556	14,953	15,509	15,711	16,027	16,435	16,997
ITL2	TLC3	Tees Valley	13,194	13,418	13,979	14,228	14,704	15,113	15,312	15,634	16,041	16,638
ITL3	TLC31	Hartlepool and Stockton-on-Tees	13,577	13,940	14,332	14,506	14,936	15,303	15,513	15,801	16,123	16,841
ITL3	TLC32	South Teesside	12,687	12,890	13,653	13,882	14,452	14,818	14,878	15,098	15,572	16,047
ITL3	TLC33	Darlington	13,485	13,382	13,871	14,372	14,728	15,365	15,893	16,576	17,037	17,636
ITL2	TLC4	Northumberland, Durham and Tyne & Wear	13,602	13,708	14,299	14,668	15,039	15,646	15,849	16,162	16,571	17,120
ITL3	TLC41	Durham	13,217	13,315	13,804	14,209	14,659	15,258	15,401	15,722	16,182	16,612
ITL3	TLC42	Northumberland	15,985	16,021	16,581	17,144	17,518	18,193	18,507	18,822	19,248	19,808
ITL3	TLC43	Tyneside	13,249	13,346	14,005	14,285	14,655	15,317	15,421	15,716	16,159	16,804
ITL3	TLC44	Sunderland	12,644	12,867	13,493	13,854	14,078	14,466	14,964	15,303	15,495	15,949
ITL1	TLD	North West	14,370	14,496	14,963	15,431	15,822	16,545	16,658	17,146	17,643	18,231
ITL2	TLD1	Cumbria	15,542	15,588	16,313	16,892	17,380	18,102	18,214	18,585	18,959	19,551
ITL3	TLD13	Cumberland	14,725	14,786	15,484	15,950	16,374	17,017	17,190	17,546	17,850	18,315
ITL3	TLD14	Westmorland and Furness	16,530	16,564	17,326	18,043	18,610	19,428	19,464	19,846	20,301	21,043
ITL2	TLD3	Greater Manchester	13,766	13,891	14,350	14,773	15,134	15,800	15,903	16,394	16,885	17,479

ITL3	TLD33	Manchester	11,662	11,827	12,231	12,464	12,944	13,666	13,860	14,653	15,169	15,768
ITL3	TLD34	Greater Manchester South West	16,184	16,274	16,725	17,185	17,423	18,696	18,640	19,142	19,687	20,400
ITL3	TLD35	Greater Manchester South East	14,570	14,760	15,231	15,806	16,231	17,017	17,421	17,855	18,445	19,035
ITL3	TLD36	Greater Manchester North West	13,737	13,836	14,309	14,690	14,935	15,120	15,101	15,665	16,011	16,492
ITL3	TLD37	Greater Manchester North East	13,031	13,141	13,627	14,093	14,509	15,040	15,071	15,277	15,763	16,376
ITL2	TLD4	Lancashire	13,990	14,199	14,435	14,814	15,175	15,852	16,051	16,612	17,074	17,593
ITL3	TLD41	Blackburn with Darwen	11,324	11,272	11,415	11,474	11,854	12,107	12,220	13,233	13,946	14,267
ITL3	TLD42	Blackpool	12,782	13,250	13,307	13,637	13,965	14,492	14,846	15,306	15,569	16,109
ITL3	TLD44	Lancaster and Wyre	14,144	14,272	14,569	15,148	15,609	16,069	16,323	17,189	17,894	18,231
ITL3	TLD45	Mid Lancashire	15,491	15,641	15,947	16,441	16,822	17,664	17,966	18,420	18,859	19,491
ITL3	TLD46	East Lancashire	13,019	13,218	13,389	13,599	13,869	14,480	14,749	14,999	15,186	15,638
ITL3	TLD47	Chorley and West Lancashire	15,236	15,648	15,977	16,429	16,782	17,879	17,707	18,326	18,929	19,664
ITL2	TLD6	Cheshire	16,914	17,015	17,700	18,363	18,903	20,061	20,008	20,627	21,457	22,169
ITL3	TLD61	Warrington	15,481	15,778	16,570	16,751	17,299	18,587	18,429	18,688	19,421	20,327
ITL3	TLD62	Cheshire East	17,762	17,834	18,478	19,539	20,227	21,734	21,643	22,476	23,669	24,294
ITL3	TLD63	Cheshire West and Chester	16,840	16,855	17,521	18,040	18,415	19,104	19,159	19,764	20,245	20,925
ITL2	TLD7	Merseyside	13,895	13,990	14,481	14,961	15,307	15,916	16,067	16,437	16,810	17,380
ITL3	TLD71	East Merseyside	13,267	13,394	13,795	14,141	14,460	15,102	15,429	16,126	16,578	17,118
ITL3	TLD72	Liverpool	12,834	12,941	13,450	13,908	14,423	15,027	15,027	15,167	15,442	15,996

ITL3	TLD73	Sefton	15,198	15,306	15,887	16,500	16,560	17,222	17,430	17,705	17,929	18,499
ITL3	TLD74	Wirral	15,189	15,222	15,736	16,327	16,705	17,241	17,335	17,683	18,237	18,877
ITL1	TLE	Yorkshire and The Humber	13,843	14,066	14,479	14,888	15,302	16,023	16,108	16,585	17,166	17,713
ITL2	TLE1	East Yorkshire and Northern Lincolnshire	13,404	13,767	14,111	14,341	14,695	15,392	15,552	16,069	16,680	17,181
ITL3	TLE11	Kingston upon Hull, City of	11,441	11,774	12,011	12,145	12,512	12,895	13,070	13,449	13,893	14,244
ITL3	TLE12	East Riding of Yorkshire	15,415	15,705	16,039	16,404	16,796	17,907	17,989	18,579	19,412	19,949
ITL3	TLE13	North and North East Lincolnshire	12,887	13,346	13,792	13,972	14,282	14,826	15,064	15,630	16,151	16,728
ITL2	TLE2	North Yorkshire	16,661	16,895	17,510	18,005	18,364	19,479	19,564	20,188	21,109	21,730
ITL3	TLE21	York	15,153	15,288	16,008	16,449	17,114	17,937	18,080	18,758	19,599	20,229
ITL3	TLE22	North Yorkshire	17,153	17,423	18,005	18,523	18,783	19,999	20,061	20,667	21,615	22,231
ITL2	TLE3	South Yorkshire	13,036	13,219	13,655	14,045	14,610	15,174	15,286	15,729	16,179	16,662
ITL3	TLE32	Sheffield	13,184	13,178	13,572	13,853	14,462	15,070	15,138	15,436	15,954	16,481
ITL3	TLE33	Barnsley	13,129	13,467	13,868	14,267	14,827	15,263	15,403	15,933	16,416	17,092
ITL3	TLE34	Rotherham	12,903	13,213	13,712	14,202	14,646	15,218	15,343	15,921	16,224	16,464
ITL3	TLE35	Doncaster	12,812	13,106	13,595	14,090	14,681	15,257	15,414	15,933	16,363	16,819
ITL2	TLE4	West Yorkshire	13,500	13,685	14,040	14,503	14,875	15,563	15,607	16,037	16,567	17,145
ITL3	TLE41	Bradford	12,218	12,299	12,635	13,110	13,452	14,067	14,059	14,380	14,596	15,053
ITL3	TLE42	Leeds	14,415	14,764	14,991	15,409	15,755	16,461	16,558	16,992	17,672	18,328
ITL3	TLE44	Calderdale and Kirklees	13,348	13,567	14,053	14,540	14,990	15,704	15,680	16,099	16,695	17,302

ITL3	TLE45	Wakefield	13,726	13,652	14,068	14,565	14,893	15,599	15,716	16,329	16,875	17,401
ITL1	TLF	East Midlands	14,215	14,492	14,973	15,426	15,907	16,674	16,697	17,154	17,687	18,298
ITL2	TLF1	Derbyshire and Nottinghamshire	13,739	13,921	14,410	14,957	15,456	16,280	16,305	16,649	17,204	17,832
ITL3	TLF11	Derby	12,487	12,493	13,084	13,438	14,068	14,543	14,606	15,186	15,659	16,206
ITL3	TLF12	East Derbyshire	12,892	13,187	13,669	14,029	14,428	15,386	15,255	16,049	16,798	17,388
ITL3	TLF13	South and West Derbyshire	14,986	15,512	16,034	16,853	17,248	18,448	18,505	18,553	19,304	19,976
ITL3	TLF14	Nottingham	10,873	10,902	11,207	11,832	12,252	12,767	12,974	13,127	13,383	13,974
ITL3	TLF15	North Nottinghamshire	13,731	13,778	14,150	14,542	15,119	16,032	16,023	16,433	17,046	17,644
ITL3	TLF16	South Nottinghamshire	16,127	16,189	16,921	17,511	18,123	18,749	18,748	19,080	19,454	20,172
ITL2	TLF2	Leicestershire, Rutland and Northamptonshire	14,652	15,017	15,506	15,895	16,343	17,127	17,138	17,723	18,221	18,802
ITL3	TLF21	Leicester	11,108	11,118	11,473	11,626	11,930	12,293	12,499	12,818	13,101	13,536
ITL3	TLF22	Leicestershire CC and Rutland	15,605	15,851	16,323	16,761	17,224	18,041	17,946	18,745	19,382	20,115
ITL3	TLF24	West Northamptonshire	15,733	16,697	17,286	17,672	18,184	19,182	19,257	19,854	20,579	21,040
ITL3	TLF25	North Northamptonshire	14,958	15,265	15,830	16,380	16,868	17,797	17,777	18,165	18,340	18,884
ITL2	TLF3	Lincolnshire	14,575	14,924	15,350	15,673	16,176	16,724	16,755	17,218	17,759	18,389
ITL3	TLF30	Lincolnshire CC	14,575	14,924	15,350	15,673	16,176	16,724	16,755	17,218	17,759	18,389
ITL1	TLG	West Midlands	14,001	14,180	14,562	15,054	15,601	16,387	16,666	16,875	17,368	17,891
ITL2	TLG1	Herefordshire, Worcestershire and Warwickshire	16,306	16,578	17,036	17,724	18,355	19,523	20,044	20,186	20,825	21,383

ITL3	TLG11	Herefordshire, County of	16,034	16,458	16,769	17,532	17,855	18,825	19,032	19,318	20,034	20,986
ITL3	TLG12	Worcestershire CC	15,885	16,113	16,530	17,224	17,826	18,869	19,221	19,561	20,379	20,901
ITL3	TLG13	Warwickshire CC	16,835	17,099	17,649	18,306	19,070	20,433	21,230	21,116	21,538	22,004
ITL2	TLG2	Shropshire and Staffordshire	14,496	14,679	15,056	15,584	16,074	16,952	17,068	17,375	17,971	18,554
ITL3	TLG21	Telford and Wrekin	13,641	14,046	14,462	14,743	15,155	15,848	16,101	16,096	16,443	16,950
ITL3	TLG22	Shropshire	15,995	16,223	16,438	16,825	17,326	18,412	18,650	18,880	19,629	20,348
ITL3	TLG23	Stoke-on-Trent	12,054	12,322	12,667	13,105	13,352	13,869	14,006	14,146	14,567	15,015
ITL3	TLG24	Staffordshire CC	14,838	14,935	15,376	16,032	16,610	17,560	17,601	18,055	18,698	19,284
ITL2	TLG3	West Midlands	12,619	12,760	13,109	13,494	14,036	14,595	14,861	15,048	15,414	15,884
ITL3	TLG31	Birmingham	12,215	12,314	12,619	12,891	13,460	13,981	14,176	14,345	14,679	15,205
ITL3	TLG32	Solihull	17,283	17,587	18,085	19,206	19,882	21,152	21,368	21,469	22,076	22,734
ITL3	TLG33	Coventry	12,945	13,072	13,486	13,877	14,358	14,759	15,181	15,508	15,913	16,361
ITL3	TLG36	Dudley	13,054	13,221	13,725	14,172	14,662	15,292	15,495	15,508	15,864	16,299
ITL3	TLG37	Sandwell	11,154	11,353	11,658	11,874	12,371	12,816	13,123	13,255	13,517	13,930
ITL3	TLG38	Walsall	11,789	11,984	12,319	12,796	13,389	13,874	14,221	14,626	15,066	15,281
ITL3	TLG39	Wolverhampton	12,210	12,283	12,517	12,836	13,293	13,812	14,208	14,429	14,776	15,272
ITL1	TLH	East	16,661	16,786	17,378	17,989	18,550	19,594	19,895	20,468	21,247	21,826
ITL2	TLH2	Bedfordshire and Hertfordshire	18,208	18,258	18,915	19,782	20,452	21,642	21,872	22,422	23,257	23,810
ITL3	TLH21	Luton	12,868	13,010	13,307	13,486	13,851	14,368	15,023	15,805	16,164	16,640

ITL3	TLH24	Bedford	16,518	16,728	16,954	17,320	17,793	18,840	19,294	19,812	20,440	20,991
ITL3	TLH25	Central Bedfordshire	17,259	17,301	17,858	18,729	19,042	19,991	20,454	21,032	21,818	22,248
ITL3	TLH26	North and East Hertfordshire	18,325	18,365	19,150	20,152	20,925	22,188	22,319	22,735	23,517	24,205
ITL3	TLH27	South West Hertfordshire	20,904	20,903	21,729	22,872	23,790	25,338	25,362	25,955	27,113	27,647
ITL2	TLH3	Essex	16,761	16,937	17,473	17,963	18,435	19,560	20,065	20,831	21,744	22,302
ITL3	TLH31	Southend-on-Sea	16,159	16,319	16,678	17,279	17,773	18,713	19,143	19,805	20,510	20,945
ITL3	TLH32	Thurrock	14,710	14,854	15,219	15,681	16,290	16,980	17,684	18,185	18,921	19,610
ITL3	TLH34	Essex Haven Gateway	15,427	15,642	16,188	16,734	17,174	18,028	18,371	18,928	19,603	20,168
ITL3	TLH35	West Essex	18,694	18,960	19,621	20,038	20,447	22,525	22,787	24,322	25,788	26,112
ITL3	TLH36	Heart of Essex	18,595	18,731	19,342	20,071	20,617	21,808	22,696	23,404	24,337	25,068
ITL3	TLH37	Essex Thames Gateway	16,555	16,663	17,179	17,394	17,821	18,738	19,282	19,896	20,821	21,394
ITL2	TLH4	Cambridgeshire and Peterborough	16,362	16,417	16,931	17,560	18,344	19,128	19,516	19,965	20,527	21,220
ITL3	TLH41	Peterborough	14,097	14,163	14,486	14,793	15,372	15,914	16,045	16,351	16,626	17,201
ITL3	TLH42	Cambridgeshire CC	17,031	17,085	17,665	18,398	19,248	20,116	20,599	21,102	21,764	22,500
ITL2	TLH5	Norfolk	14,549	14,873	15,445	15,793	16,158	17,023	17,055	17,619	18,286	18,946
ITL3	TLH51	Norwich and East Norfolk	14,404	14,737	15,290	15,510	15,937	16,900	16,519	16,908	17,325	17,927
ITL3	TLH52	North and West Norfolk	14,640	14,987	15,520	16,107	16,384	17,077	17,205	17,882	18,844	19,671
ITL3	TLH53	Breckland and South Norfolk	14,663	14,951	15,587	15,882	16,246	17,139	17,645	18,337	19,071	19,647
ITL2	TLH6	Suffolk	15,573	15,584	16,249	16,795	17,259	18,240	18,411	18,748	19,448	19,889

ITL3	TLH61	Babergh and Mid Suffolk	16,530	16,513	17,309	17,927	18,435	19,593	19,798	20,297	21,098	21,468
ITL3	TLH62	Ipswich	14,520	14,494	14,814	15,125	15,445	15,930	16,172	16,530	16,789	17,352
ITL3	TLH63	East Suffolk	15,707	15,875	16,598	17,182	17,754	18,907	18,951	19,285	20,023	20,196
ITL3	TLH64	West Suffolk	15,161	15,024	15,753	16,360	16,753	17,716	17,980	18,137	19,017	19,775
ITL1	TLI	London	21,574	21,396	22,697	23,881	24,885	26,649	27,096	27,573	29,107	29,613
ITL2	TLI3	Inner London - West	37,786	36,374	39,333	43,343	46,266	49,463	50,377	51,442	54,743	55,655
ITL3	TLI33	Kensington & Chelsea and Hammersmith & Fulham	44,101	42,847	46,216	50,963	54,784	57,233	57,031	58,117	61,523	62,245
ITL3	TLI34	Wandsworth	29,171	27,830	29,390	31,678	33,957	35,843	36,503	36,736	38,913	39,584
ITL3	TLI35	Westminster and City of London	44,651	43,348	47,637	53,648	57,639	63,169	66,132	67,833	71,772	72,168
ITL3	TLI36	Camden	32,711	31,105	34,177	37,831	39,450	43,415	44,879	46,942	51,256	53,723
ITL2	TLI4	Inner London - East	19,382	19,414	20,510	21,328	22,313	24,084	24,718	25,467	26,994	27,797
ITL3	TLI41	Hackney and Newham	15,427	15,486	16,421	17,432	18,245	19,782	20,682	21,631	23,010	23,918
ITL3	TLI42	Tower Hamlets	20,930	20,806	21,843	22,532	23,376	25,160	26,303	26,737	27,951	28,649
ITL3	TLI43	Haringey and Islington	24,331	24,334	25,754	26,256	27,251	29,027	28,758	29,649	31,429	32,296
ITL3	TLI44	Lewisham and Southwark	18,246	18,363	19,409	20,263	21,427	22,859	23,412	24,453	25,987	26,703
ITL3	TLI45	Lambeth	19,868	19,926	20,954	21,879	22,959	25,784	27,010	26,944	28,716	29,543
ITL2	TLI5	Outer London - East and North East	16,752	16,727	17,647	18,175	18,703	19,894	20,384	20,795	21,868	22,280
ITL3	TLI51	Bexley and Greenwich	17,676	17,583	18,350	19,023	19,605	20,649	21,127	21,187	22,313	22,878

ITL3	TLI52	Barking & Dagenham and Havering	15,725	15,810	16,612	17,003	17,302	18,195	18,649	19,009	19,933	20,260
ITL3	TLI53	Redbridge and Waltham Forest	16,609	16,560	17,611	18,134	18,728	20,161	20,668	21,423	22,598	22,972
ITL3	TLI54	Enfield	16,956	16,922	18,019	18,524	19,181	20,599	21,146	21,604	22,633	22,997
ITL2	TLI6	Outer London - South	19,885	20,078	21,112	21,881	22,486	23,967	24,308	24,519	25,907	26,260
ITL3	TLI61	Bromley	21,005	21,325	22,481	23,305	24,238	25,829	26,066	26,243	27,666	27,961
ITL3	TLI62	Croydon	17,166	17,312	18,249	18,810	19,244	20,617	20,980	21,353	22,651	23,044
ITL3	TLI63	Merton, Kingston upon Thames and Sutton	21,033	21,204	22,230	23,101	23,637	25,119	25,506	25,629	27,054	27,424
ITL2	TLI7	Outer London - West and North West	20,257	20,238	21,441	22,440	23,256	25,062	25,253	25,463	26,677	26,927
ITL3	TLI71	Barnet	20,677	20,727	22,180	23,219	24,365	27,030	27,854	28,390	29,842	30,183
ITL3	TLI72	Brent	18,152	18,167	19,291	20,101	20,937	22,327	22,586	22,845	23,993	24,060
ITL3	TLI73	Ealing	19,718	19,800	20,898	21,910	23,003	24,597	24,620	24,231	25,087	25,448
ITL3	TLI74	Harrow and Hillingdon	18,264	18,257	19,286	20,173	20,690	22,143	22,586	22,876	23,722	23,841
ITL3	TLI75	Hounslow and Richmond upon Thames	24,126	23,949	25,290	26,515	27,192	29,198	28,661	28,937	30,701	31,067
ITL1	TLJ	South East	18,491	18,665	19,312	20,096	20,576	21,792	22,083	22,640	23,449	24,195
ITL2	TLJ1	Berkshire, Buckinghamshire and Oxfordshire	19,307	19,512	20,092	20,781	21,359	22,709	22,992	23,659	24,487	25,280
ITL3	TLJ12	Milton Keynes	16,795	16,877	17,132	17,293	17,786	18,836	19,164	19,830	20,566	20,919
ITL3	TLJ13	Buckinghamshire	21,743	21,847	22,351	23,100	23,863	25,468	26,077	26,671	27,320	28,176
ITL3	TLJ14	Oxfordshire CC	18,704	18,912	19,662	20,329	21,030	22,586	22,507	23,128	24,131	24,973
ITL3	TLJ15	Berkshire East	18,867	19,061	19,649	20,548	20,952	22,031	22,437	23,195	23,838	24,709

ITL3	TLJ16	Berkshire West	19,216	19,616	20,217	20,996	21,415	22,608	22,927	23,667	24,661	25,500
ITL2	TLJ2	Surrey, East and West Sussex	19,944	20,101	20,855	21,856	22,336	23,720	23,994	24,548	25,496	26,266
ITL3	TLJ21	Brighton and Hove	17,963	18,080	18,568	19,268	19,880	21,216	21,669	22,444	23,102	24,108
ITL3	TLJ22	East Sussex CC	17,749	17,589	18,091	19,091	19,357	20,468	20,907	21,075	21,734	22,470
ITL3	TLJ25	West Surrey	22,909	23,138	24,202	25,412	26,176	27,888	27,934	28,765	30,234	31,052
ITL3	TLJ26	East Surrey	22,351	22,514	23,600	24,657	25,091	26,913	27,099	27,682	28,625	29,540
ITL3	TLJ27	West Sussex (South West)	17,180	17,466	18,078	18,926	19,258	20,466	20,761	21,228	21,912	22,357
ITL3	TLJ28	West Sussex (North East)	19,254	19,571	20,076	20,962	21,288	22,204	22,655	23,139	24,001	24,762
ITL2	TLJ3	Hampshire and Isle of Wight	16,959	17,133	17,786	18,442	18,836	19,905	20,070	20,581	21,355	22,034
ITL3	TLJ31	Portsmouth	12,945	13,074	13,266	13,835	14,320	15,299	15,793	16,525	17,105	17,626
ITL3	TLJ32	Southampton	13,493	13,660	13,951	14,333	14,721	15,267	15,826	16,444	17,009	17,687
ITL3	TLJ34	Isle of Wight	15,349	15,513	15,690	16,132	16,202	16,742	16,964	17,275	17,955	18,644
ITL3	TLJ35	South Hampshire	16,315	16,542	17,339	18,018	18,543	19,369	19,384	19,623	20,395	21,041
ITL3	TLJ36	Central Hampshire	19,728	19,885	20,827	21,655	21,931	23,398	23,540	24,086	25,064	25,853
ITL3	TLJ37	North Hampshire	18,890	19,078	19,800	20,452	20,912	22,305	22,242	22,922	23,670	24,247
ITL2	TLJ4	Kent	16,796	16,959	17,512	18,208	18,650	19,572	20,038	20,504	21,106	21,818
ITL3	TLJ41	Medway	15,477	15,659	15,939	16,195	16,529	17,373	17,851	18,235	18,784	19,422
ITL3	TLJ43	Kent Thames Gateway	15,637	15,791	16,272	16,738	17,226	18,009	18,664	19,215	19,713	20,380
ITL3	TLJ44	East Kent	14,914	15,131	15,743	16,326	16,798	17,548	18,044	18,538	19,028	19,730

ITL3	TLJ45	Mid Kent	17,566	17,620	18,210	18,927	19,299	19,874	20,465	20,784	21,340	21,996
ITL3	TLJ46	West Kent	20,997	21,161	21,885	23,308	23,816	25,484	25,615	26,134	27,071	27,943
ITL1	TLK	South West	16,103	16,351	16,716	17,329	17,906	18,704	18,862	19,277	20,007	20,725
ITL2	TLK3	Cornwall and Isles of Scilly	14,679	14,965	15,276	15,665	16,059	16,606	16,986	17,647	18,209	18,849
ITL3	TLK30	Cornwall and Isles of Scilly	14,679	14,965	15,276	15,665	16,059	16,606	16,986	17,647	18,209	18,849
ITL2	TLK4	Devon	15,354	15,445	15,858	16,424	16,869	17,547	17,678	18,073	18,673	19,319
ITL3	TLK41	Plymouth	13,818	14,003	14,128	14,470	14,836	15,225	15,405	15,981	16,401	17,013
ITL3	TLK42	Torbay	14,825	14,999	15,330	15,842	16,411	16,720	16,942	17,177	17,649	18,125
ITL3	TLK43	Devon CC	15,973	16,018	16,544	17,198	17,651	18,490	18,584	18,939	19,616	20,294
ITL2	TLK5	West of England	16,071	16,361	16,750	17,371	18,027	19,125	19,359	19,817	20,687	21,369
ITL3	TLK51	Bristol, City of	15,242	15,518	15,786	16,294	16,909	17,729	18,197	18,883	19,518	20,442
ITL3	TLK52	Bath & North East Somerset and South Gloucestershire	16,875	17,184	17,694	18,428	19,131	20,512	20,517	20,747	21,846	22,286
ITL2	TLK6	North Somerset, Somerset and Dorset	16,621	16,950	17,271	17,853	18,399	19,242	19,299	19,680	20,419	21,200
ITL3	TLK61	North Somerset	17,246	17,675	18,102	18,823	19,382	20,706	20,729	20,971	21,606	22,207
ITL3	TLK62	Somerset	16,116	16,376	16,585	17,017	17,627	18,278	18,315	18,777	19,501	20,246
ITL3	TLK63	Bournemouth, Christchurch and Poole	16,566	16,810	17,130	17,790	18,173	19,149	19,209	19,602	20,353	21,257
ITL3	TLK64	Dorset	17,063	17,526	17,957	18,604	19,222	19,938	20,045	20,372	21,185	21,991
ITL2	TLK7	Gloucestershire and Wiltshire	16,787	17,033	17,411	18,189	18,935	19,683	19,829	20,173	20,977	21,744

ITL3	TLK71	Swindon	15,787	15,956	16,185	16,591	17,117	17,614	17,915	18,224	18,787	19,445
ITL3	TLK72	Wiltshire	16,886	17,281	17,600	18,491	19,130	19,968	20,116	20,706	21,745	22,620
ITL3	TLK73	Gloucestershire CC	17,056	17,214	17,695	18,520	19,431	20,200	20,291	20,457	21,168	21,889

TOTAL POPULATION

ITL	ITL code	Region name	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
UK	UK	United Kingdom	62,759,456	63,285,145	63,710,543	64,138,221	64,618,693	65,086,958	65,605,841	65,964,292	66,286,727	66,627,507
Other	TLB	England	52,642,452	53,107,169	53,506,812	53,918,686	54,370,319	54,808,676	55,289,034	55,619,548	55,924,528	56,230,056
ITL1	TLC	North East	2,586,868	2,596,441	2,598,972	2,603,299	2,610,482	2,611,804	2,618,253	2,623,787	2,629,393	2,636,676
ITL2	TLC3	Tees Valley	660,753	663,028	664,161	665,405	667,432	668,875	670,923	672,690	673,541	674,626
ITL3	TLC31	Hartlepool and Stockton-on-Tees	282,675	283,912	285,181	286,388	287,471	287,915	288,672	289,352	289,797	289,261
ITL3	TLC32	South Teesside	273,050	273,532	273,423	273,426	274,136	274,972	275,993	276,797	277,333	278,833
ITL3	TLC33	Darlington	105,028	105,584	105,557	105,591	105,825	105,988	106,258	106,541	106,411	106,532
ITL2	TLC4	Northumberland, Durham and Tyne & Wear	1,926,115	1,933,413	1,934,811	1,937,894	1,943,050	1,942,929	1,947,330	1,951,097	1,955,852	1,962,050
ITL3	TLC41	Durham	510,628	512,994	513,122	513,179	513,604	513,924	514,431	515,911	516,648	518,562

ITL	ITL code	Region name	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ITL 3	TLC 42	Northumberland and	315,463	316,278	315,924	315,013	315,274	314,188	314,327	315,663	316,153	318,027
ITL 3	TLC 43	Tyneside	824,044	828,811	830,448	834,455	838,421	839,409	843,082	844,707	848,712	851,184
ITL 3	TLC 44	Sunderland	275,980	275,330	275,317	275,247	275,751	275,408	275,490	274,816	274,339	274,277
ITL 1	TLD	North West	7,019,921	7,055,961	7,079,344	7,105,146	7,141,096	7,182,651	7,234,141	7,275,765	7,316,116	7,363,267
ITL 2	TLD 1	Cumbria	500,165	499,817	498,835	498,080	498,303	498,718	498,946	498,693	498,941	499,171
ITL 3	TLD 13	Cumberland	273,915	274,546	274,285	274,032	274,139	274,195	274,192	273,458	273,256	273,009
ITL 3	TLD 14	Westmorland and Furness	226,250	225,271	224,550	224,048	224,164	224,523	224,754	225,235	225,685	226,162
ITL 2	TLD 3	Greater Manchester	2,661,841	2,685,386	2,700,093	2,714,958	2,733,895	2,756,962	2,784,566	2,804,283	2,823,878	2,847,959
ITL 3	TLD 33	Manchester	492,598	502,902	506,869	510,783	515,360	523,321	533,446	536,961	540,675	545,947
ITL 3	TLD 34	Greater Manchester South West	457,071	461,578	465,933	470,085	474,401	479,446	485,272	490,007	494,847	499,732
ITL 3	TLD 35	Greater Manchester South East	501,388	502,980	504,410	506,262	508,631	511,852	515,359	517,597	520,066	523,124
ITL 3	TLD 36	Greater Manchester North West	591,464	595,418	597,847	600,366	603,287	605,836	608,747	612,169	615,498	621,274
ITL 3	TLD 37	Greater Manchester North East	619,320	622,508	625,034	627,462	632,216	636,507	641,742	647,549	652,792	657,882

ITL	ITL code	Region name	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ITL 2	TLD 4	Lancashire	1,457,298	1,461,295	1,465,418	1,470,467	1,475,344	1,481,431	1,488,803	1,496,853	1,503,339	1,513,857
ITL 3	TLD 41	Blackburn with Darwen	146,966	147,657	148,532	149,148	149,579	150,490	151,497	152,312	152,787	154,066
ITL 3	TLD 42	Blackpool	142,753	142,080	142,565	142,733	142,253	141,788	141,996	142,121	141,880	142,407
ITL 3	TLD 44	Lancaster and Wyre	245,032	245,515	245,918	246,192	246,234	246,563	247,146	247,385	248,014	249,339
ITL 3	TLD 45	Mid Lancashire	380,505	382,625	382,505	383,163	384,333	385,898	387,218	389,571	391,394	394,856
ITL 3	TLD 46	East Lancashire	324,836	325,210	325,942	327,336	329,227	330,738	333,110	335,444	338,159	340,683
ITL 3	TLD 47	Chorley and West Lancashire	217,206	218,208	219,956	221,895	223,718	225,954	227,836	230,020	231,105	232,506
ITL 2	TLD 6	Cheshire	899,913	902,971	907,646	913,337	921,067	927,267	934,711	942,398	948,975	956,163
ITL 3	TLD 61	Warrington	201,309	202,709	203,914	205,905	208,056	209,575	210,873	212,137	212,008	212,245
ITL 3	TLD 62	Cheshire East	369,051	370,736	372,501	373,956	376,574	378,511	381,414	384,221	386,891	390,556
ITL 3	TLD 63	Cheshire West and Chester	329,553	329,526	331,231	333,476	336,437	339,181	342,424	346,040	350,076	353,362
ITL 2	TLD 7	Merseyside	1,500,704	1,506,492	1,507,352	1,508,304	1,512,487	1,518,273	1,527,115	1,533,538	1,540,983	1,546,117
ITL 3	TLD 71	East Merseyside	446,403	447,030	448,037	448,710	450,682	452,060	454,008	455,755	458,852	461,790
ITL 3	TLD 72	Liverpool	461,403	465,656	465,365	465,815	465,745	469,953	475,486	479,801	483,598	484,687

ITL	ITL code	Region name	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ITL 3	TLD 73	Sefton	273,820	273,969	273,979	273,814	275,143	275,546	276,707	276,962	277,890	278,908
ITL 3	TLD 74	Wirral	319,078	319,837	319,971	319,965	320,917	320,714	320,914	321,020	320,643	320,732
ITL 1	TLE	Yorkshire and The Humber	5,254,788	5,288,212	5,313,486	5,335,092	5,356,428	5,377,362	5,408,058	5,427,784	5,443,883	5,464,651
ITL 2	TLE 1	East Yorkshire and Northern Lincolnshire	915,263	918,047	920,439	921,431	924,757	925,798	930,712	933,578	934,259	935,933
ITL 3	TLE 11	Kingston upon Hull, City of	256,174	256,123	258,085	259,094	260,896	262,711	265,338	267,566	268,223	268,749
ITL 3	TLE 12	East Riding of Yorkshire	333,599	334,673	334,972	334,572	335,625	334,735	336,323	336,697	337,192	338,944
ITL 3	TLE 13	North and North East Lincolnshire	325,490	327,251	327,382	327,765	328,236	328,352	329,051	329,315	328,844	328,240
ITL 2	TLE 2	North Yorkshire	794,098	798,989	803,120	805,319	805,878	806,923	808,662	810,837	811,641	814,537
ITL 3	TLE 21	York	195,070	197,783	199,157	201,168	202,206	203,212	202,892	203,546	203,906	203,877
ITL 3	TLE 22	North Yorkshire	599,028	601,206	603,963	604,151	603,672	603,711	605,770	607,291	607,735	610,660
ITL 2	TLE 3	South Yorkshire	1,332,871	1,343,805	1,348,437	1,352,510	1,356,290	1,359,690	1,366,070	1,368,187	1,372,522	1,374,386
ITL 3	TLE 32	Sheffield	544,613	551,756	553,842	555,253	554,805	555,074	556,599	555,675	556,771	556,399

ITL	ITL code	Region name	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ITL 3	TLE 33	Barnsley	230,066	231,865	233,259	234,875	236,421	238,242	240,061	241,287	242,360	243,558
ITL 3	TLE 34	Rotherham	256,893	257,716	258,710	259,391	261,391	262,063	263,273	264,167	265,154	265,991
ITL 3	TLE 35	Doncaster	301,299	302,468	302,626	302,991	303,673	304,311	306,137	307,058	308,237	308,438
ITL 2	TLE 4	West Yorkshire	2,212,556	2,227,371	2,241,490	2,255,832	2,269,503	2,284,951	2,302,614	2,315,182	2,325,461	2,339,795
ITL 3	TLE 41	Bradford	518,002	523,115	525,522	528,712	531,795	534,919	538,178	540,447	542,542	545,966
ITL 3	TLE 42	Leeds	747,571	750,683	758,029	764,369	770,434	777,987	786,739	793,134	797,696	804,640
ITL 3	TLE 44	Calderdale and Kirklees	621,388	627,140	630,038	632,863	635,650	638,137	640,332	640,852	640,786	640,988
ITL 3	TLE 45	Wakefield	325,595	326,433	327,901	329,888	331,624	333,908	337,365	340,749	344,437	348,201
ITL 1	TLF	East Midlands	4,507,071	4,537,448	4,570,702	4,604,568	4,642,629	4,681,640	4,731,615	4,778,346	4,815,151	4,844,001
ITL 2	TLF 1	Derbyshire and Nottinghamshire	2,098,381	2,110,326	2,121,441	2,131,614	2,141,352	2,150,694	2,164,887	2,176,697	2,186,393	2,194,954
ITL 3	TLF 11	Derby	247,035	248,943	251,804	253,812	255,320	257,406	259,883	261,104	262,395	263,014
ITL 3	TLF 12	East Derbyshire	277,940	278,917	279,660	280,004	280,442	281,213	281,972	282,577	282,722	283,703
ITL 3	TLF 13	South and West Derbyshire	490,008	491,771	492,930	493,998	495,884	496,160	497,985	500,305	502,204	505,177

ITL	ITL code	Region name	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ITL 3	TLF 14	Nottingham	299,753	303,899	307,436	308,681	310,339	313,265	317,625	320,378	322,323	323,160
ITL 3	TLF 15	North Nottinghamshire	450,206	452,058	454,006	457,370	460,377	463,266	467,208	471,083	473,259	474,867
ITL 3	TLF 16	South Nottinghamshire	333,439	334,738	335,605	337,749	338,990	339,384	340,214	341,250	343,490	345,033
ITL 2	TLF 2	Leicestershire, Rutland and Northamptonshire	1,696,885	1,712,354	1,729,454	1,747,053	1,768,296	1,792,595	1,820,587	1,848,618	1,871,477	1,887,784
ITL 3	TLF 21	Leicester	324,912	329,627	334,099	338,852	342,917	349,853	356,789	361,895	367,094	369,776
ITL 3	TLF 22	Leicestershire CC and Rutland	683,962	688,760	692,212	696,714	703,706	709,553	717,132	727,287	735,143	740,992
ITL 3	TLF 24	West Northamptonshire	373,456	376,008	380,827	385,699	391,024	397,939	405,019	411,732	417,242	422,168
ITL 3	TLF 25	North Northamptonshire	314,555	317,959	322,316	325,788	330,649	335,250	341,647	347,704	351,998	354,848
ITL 2	TLF 3	Lincolnshire	711,805	714,768	719,807	725,901	732,981	738,351	746,141	753,031	757,281	761,263
ITL 3	TLF 30	Lincolnshire CC	711,805	714,768	719,807	725,901	732,981	738,351	746,141	753,031	757,281	761,263
ITL 1	TLG	West Midlands	5,565,866	5,608,667	5,640,325	5,676,945	5,716,882	5,756,287	5,812,248	5,855,052	5,889,328	5,920,977

ITL	ITL code	Region name	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ITL 2	TLG 1	Herefordshire , Worcestershire and Warwickshire	1,291,111	1,296,730	1,304,603	1,311,796	1,321,709	1,329,714	1,340,812	1,351,030	1,359,892	1,368,778
ITL 3	TLG 11	Herefordshire , County of	182,865	183,619	184,208	184,748	185,523	185,778	186,225	186,687	186,511	186,373
ITL 3	TLG 12	Worcestershire CC	564,080	566,557	570,119	573,870	578,732	582,465	587,962	592,040	594,992	598,250
ITL 3	TLG 13	Warwickshire CC	544,166	546,554	550,276	553,178	557,454	561,471	566,625	572,303	578,389	584,155
ITL 2	TLG 2	Shropshire and Staffordshire	1,562,817	1,572,204	1,576,889	1,583,336	1,589,753	1,594,911	1,605,586	1,614,523	1,622,313	1,631,108
ITL 3	TLG 21	Telford and Wrekin	165,641	166,831	167,964	169,014	170,610	172,898	175,352	177,528	179,548	182,081
ITL 3	TLG 22	Shropshire	304,523	307,108	307,921	308,181	309,436	310,751	312,836	315,232	317,112	319,729
ITL 3	TLG 23	Stoke-on-Trent	247,381	248,719	250,322	251,568	253,316	254,095	256,168	258,235	258,843	259,181
ITL 3	TLG 24	Staffordshire CC	845,272	849,546	850,682	854,573	856,391	857,167	861,230	863,528	866,810	870,117
ITL 2	TLG 3	West Midlands	2,711,938	2,739,733	2,758,833	2,781,813	2,805,420	2,831,662	2,865,850	2,889,499	2,907,123	2,921,091
ITL 3	TLG 31	Birmingham	1,061,074	1,074,283	1,084,661	1,094,531	1,103,724	1,114,932	1,131,271	1,139,893	1,146,050	1,150,646
ITL 3	TLG 32	Solihull	206,329	206,856	207,729	209,115	211,205	211,697	213,061	214,330	214,901	216,323

ITL	ITL code	Region name	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ITL 3	TLG 33	Coventry	311,674	316,915	318,141	322,146	325,066	331,112	337,064	340,034	342,811	343,715
ITL 3	TLG 36	Dudley	312,206	313,261	313,631	314,460	315,700	316,393	317,669	319,539	320,989	322,090
ITL 3	TLG 37	Sandwell	306,181	309,042	312,710	317,499	321,610	325,911	330,051	333,826	336,977	340,198
ITL 3	TLG 38	Walsall	266,834	269,524	270,517	271,704	273,764	275,490	278,429	281,229	282,921	284,600
ITL 3	TLG 39	Wolverhampton	247,640	249,852	251,444	252,358	254,351	256,127	258,305	260,648	262,474	263,519
ITL 1	TLH	East	5,807,402	5,862,418	5,915,033	5,970,484	6,039,521	6,098,262	6,161,075	6,202,843	6,237,376	6,274,179
ITL 2	TLH 2	Bedfordshire and Hertfordshire	1,716,219	1,736,949	1,757,277	1,780,402	1,803,992	1,826,031	1,849,798	1,858,958	1,868,416	1,881,839
ITL 3	TLH 21	Luton	199,583	203,641	205,873	209,624	213,749	217,612	220,952	220,752	221,532	223,106
ITL 3	TLH 24	Bedford	156,535	157,840	160,344	163,672	166,856	170,149	173,703	175,537	178,288	180,651
ITL 3	TLH 25	Central Bedfordshire	252,460	255,644	259,524	263,425	267,066	270,962	274,909	277,655	280,414	284,688
ITL 3	TLH 26	North and East Hertfordshire	548,930	554,325	558,524	563,655	568,638	573,684	581,160	584,184	585,323	588,120
ITL 3	TLH 27	South West Hertfordshire	558,711	565,499	573,012	580,026	587,683	593,624	599,074	600,830	602,859	605,274
ITL 2	TLH 3	Essex	1,717,620	1,729,141	1,742,829	1,756,952	1,779,577	1,793,535	1,809,967	1,822,045	1,833,375	1,846,380
ITL 3	TLH 31	Southend-on-Sea	172,122	174,274	175,196	176,350	178,610	179,203	180,465	181,405	181,877	182,115

ITL	ITL code	Region name	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ITL 3	TLH 32	Thurrock	156,585	158,268	160,026	161,702	164,451	166,622	168,977	170,966	173,113	174,924
ITL 3	TLH 34	Essex Haven Gateway	456,709	459,190	462,561	465,455	471,003	475,681	480,232	483,922	486,582	489,605
ITL 3	TLH 35	West Essex	284,299	287,089	291,225	295,175	300,303	303,267	306,065	308,711	311,779	315,519
ITL 3	TLH 36	Heart of Essex	302,587	304,052	305,498	307,577	311,128	312,883	315,619	317,795	318,886	321,594
ITL 3	TLH 37	Essex Thames Gateway	345,318	346,268	348,323	350,693	354,082	355,879	358,609	359,246	361,138	362,623
ITL 2	TLH 4	Cambridgeshire and Peterborough	796,661	806,769	817,454	827,484	838,791	851,257	862,377	869,702	876,713	881,675
ITL 3	TLH 41	Peterborough	181,762	184,457	188,675	192,488	195,766	200,246	205,091	208,237	211,037	213,026
ITL 3	TLH 42	Cambridgeshire CC	614,899	622,312	628,779	634,996	643,025	651,011	657,286	661,465	665,676	668,649
ITL 2	TLH 5	Norfolk	852,926	859,426	864,776	870,771	876,986	882,938	891,150	898,548	903,527	906,964
ITL 3	TLH 51	Norwich and East Norfolk	352,469	354,322	357,012	359,671	361,456	363,493	367,445	369,999	372,847	373,469
ITL 3	TLH 52	North and West Norfolk	247,914	249,600	250,383	251,132	252,754	253,836	255,043	256,384	255,974	255,841
ITL 3	TLH 53	Breckland and South Norfolk	252,543	255,504	257,381	259,968	262,776	265,609	268,662	272,165	274,706	277,654
ITL 2	TLH 6	Suffolk	723,976	730,133	732,697	734,875	740,175	744,501	747,783	753,590	755,345	757,321

ITL	ITL code	Region name	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ITL 3	TLH 61	Babergh and Mid Suffolk	183,711	184,977	185,576	186,056	187,403	188,151	188,315	189,181	190,200	191,757
ITL 3	TLH 62	Ipswich	131,729	133,729	135,694	136,760	138,108	139,694	141,245	141,922	141,643	140,809
ITL 3	TLH 63	East Suffolk	239,932	239,946	239,607	239,921	239,929	240,479	241,807	243,496	244,313	245,052
ITL 3	TLH 64	West Suffolk	168,604	171,481	171,820	172,138	174,735	176,177	176,416	178,991	179,189	179,703
ITL 1	TLI	London	8,061,495	8,204,407	8,320,767	8,438,987	8,547,192	8,659,545	8,743,651	8,776,229	8,833,335	8,889,743
ITL 2	TLI3	Inner London - West	1,083,175	1,095,487	1,100,641	1,104,481	1,105,738	1,110,629	1,108,547	1,104,033	1,104,525	1,104,241
ITL 3	TLI3 3	Kensington & Chelsea and Hammersmith & Fulham	341,305	340,696	341,679	342,879	342,837	343,395	340,180	337,371	337,508	335,367
ITL 3	TLI3 4	Wandsworth	302,620	307,710	312,262	316,810	319,898	322,658	326,413	329,493	331,069	334,558
ITL 3	TLI3 5	Westminster and City of London	224,525	226,994	227,053	223,444	221,908	223,544	220,930	218,336	218,033	217,180
ITL 3	TLI3 6	Camden	214,725	220,087	219,647	221,348	221,095	221,032	221,024	218,833	217,915	217,136
ITL 2	TLI4	Inner London - East	2,096,253	2,145,615	2,179,491	2,218,849	2,251,633	2,288,411	2,318,264	2,328,482	2,349,065	2,364,397
ITL 3	TLI4 1	Hackney and Newham	540,910	557,642	564,943	572,598	581,719	592,251	600,229	603,167	610,780	615,611
ITL 3	TLI4 2	Tower Hamlets	248,520	256,012	261,936	270,294	277,060	282,674	289,011	293,526	300,050	305,066

ITL	ITL code	Region name	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ITL 3	TLI4 3	Haringey and Islington	452,871	461,825	468,074	477,658	483,887	491,193	496,882	495,998	495,693	495,710
ITL 3	TLI4 4	Lewisham and Southwark	556,302	565,655	574,089	583,924	590,771	599,412	605,529	608,564	613,619	618,497
ITL 3	TLI4 5	Lambeth	297,650	304,481	310,449	314,375	318,196	322,881	326,613	327,227	328,923	329,513
ITL 2	TLI5	Outer London - East and North East	1,735,699	1,768,285	1,792,986	1,818,652	1,848,215	1,879,025	1,903,053	1,915,435	1,929,180	1,942,897
ITL 3	TLI5 1	Bexley and Greenwich	479,882	488,257	494,795	500,205	507,417	515,657	522,774	526,870	531,017	534,827
ITL 3	TLI5 2	Barking & Dagenham and Havering	419,072	424,956	431,399	438,754	448,015	456,899	465,534	471,446	475,527	480,124
ITL 3	TLI5 3	Redbridge and Waltham Forest	529,097	541,137	549,012	557,939	566,443	575,601	581,450	584,042	588,636	592,795
ITL 3	TLI5 4	Enfield	307,648	313,935	317,780	321,754	326,340	330,868	333,295	333,077	334,000	335,151
ITL 2	TLI6	Outer London - South	1,213,616	1,227,471	1,245,990	1,262,477	1,276,004	1,289,523	1,299,513	1,303,737	1,308,552	1,317,367
ITL 3	TLI6 1	Bromley	308,560	310,554	314,663	318,582	321,800	325,653	327,701	329,134	330,367	331,192
ITL 3	TLI6 2	Croydon	357,951	364,815	369,617	374,270	378,244	381,277	384,382	385,567	386,999	390,643
ITL 3	TLI6 3	Merton, Kingston	547,105	552,102	561,710	569,625	575,960	582,593	587,430	589,036	591,186	595,532

ITL	ITL code	Region name	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
		upon Thames and Sutton										
ITL 2	TLI7	Outer London - West and North West	1,932,752	1,967,549	2,001,659	2,034,528	2,065,602	2,091,957	2,114,274	2,124,542	2,142,013	2,160,841
ITL 3	TLI7 1	Barnet	351,438	357,538	363,260	368,611	373,853	377,826	382,925	384,117	387,574	390,590
ITL 3	TLI7 2	Brent	304,785	312,245	317,984	324,345	329,981	335,605	339,524	342,439	345,558	347,424
ITL 3	TLI7 3	Ealing	334,073	339,314	344,834	350,650	354,660	359,144	362,163	362,670	364,208	367,284
ITL 3	TLI7 4	Harrow and Hillingdon	506,916	515,998	525,063	533,000	541,843	549,319	554,768	557,350	562,124	567,706
ITL 3	TLI7 5	Hounslow and Richmond upon Thames	435,540	442,454	450,518	457,922	465,265	470,063	474,894	477,966	482,549	487,837
ITL 1	TLJ	South East	8,577,771	8,652,784	8,731,840	8,809,382	8,893,930	8,969,638	9,053,011	9,105,076	9,150,245	9,193,770
ITL 2	TLJ1	Berkshire, Buckinghamshire and Oxfordshire	2,254,528	2,275,173	2,304,463	2,334,187	2,362,949	2,391,466	2,420,592	2,438,363	2,457,736	2,475,951
ITL 3	TLJ1 2	Milton Keynes	245,450	249,895	254,003	259,672	264,948	269,783	274,231	276,588	278,892	281,434
ITL 3	TLJ1 3	Buckinghamshire	502,820	506,550	512,105	517,918	523,613	529,999	535,519	538,762	541,983	545,859
ITL 3	TLJ1 4	Oxfordshire CC	648,688	654,791	662,243	669,390	676,621	682,571	690,541	696,188	702,259	708,513

ITL	ITL code	Region name	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ITL 3	TLJ1 5	Berkshire East	394,681	399,507	404,837	408,957	414,228	419,225	424,203	427,385	430,431	433,185
ITL 3	TLJ1 6	Berkshire West	462,889	464,430	471,275	478,250	483,539	489,888	496,098	499,440	504,171	506,960
ITL 2	TLJ2	Surrey, East and West Sussex	2,722,104	2,744,447	2,766,941	2,790,609	2,814,540	2,834,923	2,857,233	2,868,837	2,878,969	2,889,145
ITL 3	TLJ2 1	Brighton and Hove	269,495	272,952	274,051	275,494	275,999	277,351	279,796	279,500	281,250	279,920
ITL 3	TLJ2 2	East Sussex CC	523,651	527,209	530,358	533,183	537,577	540,620	543,389	544,697	544,719	545,261
ITL 3	TLJ2 5	West Surrey	746,616	752,986	758,887	766,239	772,481	778,109	783,630	784,943	785,155	788,806
ITL 3	TLJ2 6	East Surrey	379,188	382,381	386,124	390,392	394,514	396,309	398,550	400,160	401,597	403,418
ITL 3	TLJ2 7	West Sussex (South West)	427,863	430,138	435,159	439,353	443,669	448,066	452,367	456,913	459,342	461,637
ITL 3	TLJ2 8	West Sussex (North East)	375,291	378,781	382,362	385,948	390,300	394,468	399,501	402,624	406,906	410,103
ITL 2	TLJ3	Hampshire and Isle of Wight	1,886,496	1,901,813	1,914,030	1,923,481	1,936,277	1,950,196	1,966,660	1,976,517	1,981,860	1,985,982
ITL 3	TLJ3 1	Portsmouth	202,700	205,433	205,729	205,905	206,200	207,873	209,951	210,965	211,215	210,412
ITL 3	TLJ3 2	Southampton	233,085	235,870	238,097	239,484	241,230	244,666	248,662	250,492	250,803	249,428
ITL 3	TLJ3 4	Isle of Wight	138,364	138,392	138,632	138,146	138,899	139,316	139,650	141,277	141,665	141,764
ITL 3	TLJ3 5	South Hampshire	438,034	441,235	443,543	444,778	447,494	448,786	451,429	452,700	453,432	454,175

ITL	ITL code	Region name	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ITL 3	TLJ3 6	Central Hampshire	523,276	526,317	528,822	532,509	536,305	540,269	543,671	546,088	548,523	551,324
ITL 3	TLJ3 7	North Hampshire	351,037	354,566	359,207	362,659	366,149	369,286	373,297	374,995	376,222	378,879
ITL 2	TLJ4	Kent	1,714,643	1,731,351	1,746,406	1,761,105	1,780,164	1,793,053	1,808,526	1,821,359	1,831,680	1,842,692
ITL 3	TLJ4 1	Medway	262,738	264,885	268,144	271,084	273,977	276,037	277,504	278,652	278,827	279,852
ITL 3	TLJ4 3	Kent Thames Gateway	332,393	335,694	339,762	343,728	349,191	353,506	357,912	361,761	365,944	371,029
ITL 3	TLJ4 4	East Kent	500,195	504,919	507,154	510,269	514,540	516,602	520,253	522,054	522,980	523,294
ITL 3	TLJ4 5	Mid Kent	270,714	274,169	277,648	281,158	285,249	288,692	292,280	296,164	299,675	302,282
ITL 3	TLJ4 6	West Kent	348,603	351,684	353,698	354,866	357,207	358,216	360,577	362,728	364,254	366,235
ITL 1	TLK	South West	5,261,270	5,300,831	5,336,343	5,374,783	5,422,159	5,471,487	5,526,982	5,574,666	5,609,701	5,642,792
ITL 2	TLK 3	Cornwall and Isles of Scilly	532,022	535,984	539,660	542,275	545,966	549,572	553,439	559,091	562,127	565,793
ITL 3	TLK 30	Cornwall and Isles of Scilly	532,022	535,984	539,660	542,275	545,966	549,572	553,439	559,091	562,127	565,793
ITL 2	TLK 4	Devon	1,129,578	1,135,491	1,140,828	1,146,900	1,156,431	1,164,950	1,174,412	1,185,975	1,193,623	1,200,337
ITL 3	TLK 41	Plymouth	254,227	256,589	257,886	259,549	261,980	263,088	264,440	265,294	265,689	265,041
ITL 3	TLK 42	Torbay	131,443	131,193	131,806	132,920	134,217	135,052	136,172	137,329	138,100	138,754
ITL 3	TLK 43	Devon CC	743,908	747,709	751,136	754,431	760,234	766,810	773,800	783,352	789,834	796,542

ITL	ITL code	Region name	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ITL 2	TLK 5	West of England	858,782	867,029	875,603	885,894	893,739	906,540	920,903	928,386	938,234	944,659
ITL 3	TLK 51	Bristol, City of	423,044	428,074	433,264	438,984	443,834	451,790	459,588	463,113	467,026	469,920
ITL 3	TLK 52	Bath & North East Somerset and South Gloucestershire	435,738	438,955	442,339	446,910	449,905	454,750	461,315	465,273	471,208	474,739
ITL 2	TLK 6	North Somerset, Somerset and Dorset	1,469,653	1,480,010	1,489,344	1,499,002	1,511,350	1,522,572	1,536,948	1,546,645	1,552,187	1,558,408
ITL 3	TLK 61	North Somerset	202,967	203,091	204,465	206,403	208,617	210,553	212,660	213,701	214,360	215,540
ITL 3	TLK 62	Somerset	528,609	531,581	535,842	539,465	544,312	548,792	554,806	558,895	562,159	564,987
ITL 3	TLK 63	Bournemouth, Christchurch and Poole	373,760	379,441	382,465	385,483	389,727	392,499	397,066	399,374	400,064	400,182
ITL 3	TLK 64	Dorset	364,317	365,897	366,572	367,651	368,694	370,728	372,416	374,675	375,604	377,699
ITL 2	TLK 7	Gloucestershire and Wiltshire	1,271,235	1,282,317	1,290,908	1,300,712	1,314,673	1,327,853	1,341,280	1,354,569	1,363,530	1,373,595
ITL 3	TLK 71	Swindon	206,939	209,709	212,801	215,994	218,998	221,805	224,498	227,680	230,174	231,934

ITL	ITL code	Region name	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ITL 3	TLK 72	Wiltshire	470,199	474,319	476,806	479,505	484,344	488,377	492,706	497,177	498,703	502,985
ITL 3	TLK 73	Gloucestershire CC	594,097	598,289	601,301	605,213	611,331	617,671	624,076	629,712	634,653	638,676

Peringkat Klub Di Liga

LPOS												
2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
3	1	2	1	2	4	3	1	1	2	1	1	1
2	6	3	3	1	10	1	5	3	4	4	3	12
6	8	7	2	6	8	4	4	2	1	3	2	5
4	3	4	4	3	2	5	6	5	8	8	5	2
12	5	16	10	15	18	21	10	13	13	12	11	4
20	23	10	13	12	7	11	13	10	16	6	7	14
30	29	26	21	14	1	12	9	9	5	5	8	18
9	16	15	15	17	20	33	24	25	17	11	14	7
11	10	8	17	13	14	10	20	24	22	19	30	29
28	33	31	22	19	21	16	7	15	10	17	18	21
13	14	13	9	9	9	13	19	36	35	26	34	36
22	12	11	18	23	19	28	34	21	20	21	20	33
45	30	24	26	40	23	22	15	17	15	16	9	6
17	20	43	45	27	34	35	21	7	7	13	10	13
50	55	46	30	21	16	9	12	14	26	26	22	15
32	27	36	32	24	22	19	25	27	37	25	27	24
10	13	17	14	16	17	20	44	49	52	48	49	26
26	39	28	31	34	36	41	37	29	27	37	24	16

LPOS												
2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
55	53	47	46	25	29	30	29	31	23	23	13	9
25	21	19	29	39	37	23	40	40	34	27	41	42
47	48	39	37	36	39	25	16	20	38	40	23	38
29	36	40	39	42	48	50	28	41	28	31	29	28
33	35	34	29	26	27	36	32	44	31	53	55	46
35	40	44	56	45	38	37	31	28	32	39	37	34
38	43	59	62	61	52	67	74	52	45	36	32	25
36	42	68	81	84	74	69	52	48	49	52	54	52
68	69	50	52	48	59	66	77	81	69	67	74	78
71	65	83	90	72	81	77	71	61	47	42	50	53
67	89	89	78	75	73	70	51	65	71	62	51	45
86	86	75	55	51	49	49	55	68	77	82	82	74
73	82	86	83	85	72	81	69	58	61	55	56	67
52	67	78	84	78	82	73	72	77	73	77	70	58
91	133	132	130	131	105	93	75	69	60	49	61	55



Lampiran B Hasil Analisis Data

Statistik Deskriptif Data

	ATT	HT	GDHI	POP	LPOS	COVID
Mean	22367.69	464.1061	17940.27	467983.9	35.32727	0.100000
Median	19402.50	427.0000	15710.00	391113.0	29.00000	0.000000
Maximum	60079.00	1215.000	62245.00	1150646.	133.0000	1.000000
Minimum	10.55900	110.0000	10873.00	131729.0	1.000000	0.000000
Std. Dev.	15364.42	199.0750	7709.771	228870.1	26.83308	0.300456
Skewness	0.739825	1.587341	3.401067	0.974425	0.960673	2.666667
Kurtosis	2.728996	6.506846	17.00552	3.299382	3.674136	8.111111
Jarque-Bera Probability	31.11360 0.000000	307.6779 0.000000	3333.324 0.000000	53.45510 0.000000	57.00792 0.000000	750.3086 0.000000
Sum	7381338.	153155.0	5920290.	1.54E+08	11658.00	33.00000
Sum Sq. Dev.	7.77E+10	13038557	1.96E+10	1.72E+13	236884.7	29.70000