

BAB 5

KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis penelitian mengenai pengaruh fanatisme suporter terhadap keputusan pembelian barang dagangan Persib, maka penulis menyimpulkan sebagai berikut :

1. Fanatisme Suporter (Bobotoh) terhadap Klub Persib

Dalam penelitian ini terdapat 7 dimensi untuk variabel fanatisme yaitu antusiasme, *zeal* (Semangat), *excessive* (berlebih-lebihan), pengkultusan, pengabdian, perilaku dan keterlibatan inersia, konsumsi untuk kepuasan diri sendiri.

- **Antusiasme Suporter terhadap Klub Persib Bandung**

Berdasarkan hasil kuesioner, antusiasme yang dimiliki suporter Persib sangat tinggi dengan rata - rata jawaban responden sebesar 4,36. Dapat dilihat dari komentar akun Shopee dan jumlah *views* video youtube.

- **Semangat (*Zeal*) Suporter terhadap Klub Persib Bandung**

Berdasarkan hasil kuesioner, semangat (*zeal*) yang dimiliki suporter Persib sangat tinggi dengan rata - rata jawaban responden sebesar 4,25. Hal tersebut dapat dilihat dari komentar yang berpendapat bahwa membeli barang dagangan Persib dapat berkontribusi dalam mendukung klub dan dalam video Persib yang berisi kampanye #SAUYUNANPERSIB banyak suporter yang memberikan komentar dukungan dan ucapan terima kasih.

- **Sikap Berlebihan (*Excessive*) Suporter terhadap Klub Persib Bandung**

Berdasarkan hasil kuesioner, rata - rata jawaban responden sebesar 4,24. Dapat disimpulkan, sikap berlebihan (*Excessive*) yang dimiliki suporter Persib sangat tinggi. Dapat dilihat, ketika Persib kalah dalam suatu pertandingan banyak pengguna akun Instagram memarahi akun yang memberikan komentar ejekan terhadap Persib.

- **Pengkultusan Suporter terhadap Klub Persib Bandung**

Berdasarkan hasil kuesioner, rata - rata jawaban responden sebesar 4,33. Dapat disimpulkan, pengkultusan yang dimiliki suporter Persib sangat tinggi. Dapat dilihat dari banyaknya pernyataan tersebut di kolom komentar akun Instagram, setelah Persib mengumumkan kerja sama dengan Socios.

- **Pengabdian Suporter terhadap Klub Persib Bandung**

Berdasarkan hasil kuesioner, rata - rata jawaban responden sebesar 4,26. Dapat disimpulkan, pengabdian yang dimiliki suporter Persib sangat tinggi. Hal tersebut dapat terlihat dari banyaknya komentar pada akun Instagram Persib yang mengingatkan untuk tetap mengapresiasi perjuangan pemain di lapangan dan tidak saling menghina satu sama lain.

- **Perilaku & Keterlibatan Inersia Suporter terhadap Klub Persib Bandung**

Berdasarkan hasil kuesioner, rata - rata jawaban responden sebesar 4,18. Dapat

disimpulkan, perilaku & keterlibatan inersia yang dimiliki suporter Persib tinggi. Dapat dilihat dari tindakan sebagian besar suporter yang membela Persib saat ada yang menghina ketika Persib tidak meraih hasil maksimal dalam pertandingan.

- **Konsumsi untuk Kepuasan Diri Suporter terhadap Klub Persib Bandung**

Berdasarkan hasil kuesioner, rata - rata jawaban responden sebesar 3,73, terlihat bahwa, konsumsi untuk kepuasan diri yang dimiliki suporter Persib tinggi. Dapat dilihat dari komentar pembeli pada akun Shopee yang bersyukur mendapatkan uang yang cukup untuk membeli barang dagangan original dari Persib.

2. Proses Keputusan Pembelian *barang dagangan* Klub Persib

Dalam dimensi keputusan pembelian terdapat kesimpulan dari 8 indikator sebagai berikut :

- **Suporter Menggunakan Barang Dagangan Persib akhir - akhir ini**

Berdasarkan hasil kuesioner, rata - rata jawaban responden sebesar 4,19, terlihat bahwa keputusan suporter untuk menggunakan barang dagangan Persib akhir - akhir ini tinggi.

- **Suporter Segera Membeli Barang Dagangan Persib saat rilis**

Berdasarkan hasil kuesioner, rata - rata jawaban responden sebesar 4,22, terlihat bahwa keputusan suporter untuk segera membeli barang dagangan Persib saat rilis sangat tinggi.

- **Suporter Mau Membayar Lebih untuk Mendapatkan Barang Dagangan Persib**

Berdasarkan hasil kuesioner, rata - rata jawaban responden sebesar 4,30, terlihat bahwa keputusan suporter membayar lebih untuk mendapatkan barang dagangan Persib sangat tinggi.

- **Ada Banyak Alternatif tetapi Barang Dagangan Persib menjadi yang utama bagi suporter**

Berdasarkan hasil kuesioner, rata - rata jawaban responden sebesar 4,05, terlihat bahwa keputusan menjadikan barang dagangan Persib sebagai pilihan pertama adalah tinggi.

- **Di masa yang Akan Datang Suporter Mau Membeli Barang Dagangan Persib yang Lain**

Berdasarkan hasil kuesioner, rata - rata jawaban responden sebesar 4,28, terlihat bahwa keputusan membeli barang dagangan Persib yang lain sangat tinggi

- **Barang Dagangan Persib adalah produk yang paling aman**

Berdasarkan hasil kuesioner, rata - rata jawaban responden sebesar 4,36, terlihat bahwa pendapat barang dagangan Persib adalah produk yang paling aman adalah tinggi.

- **Suporter Mau Merekomendasikan Barang Dagangan Persib kepada Orang Lain**

Berdasarkan hasil kuesioner, rata - rata jawaban responden sebesar 4,12, terlihat bahwa keputusan untuk merekomendasikan barang dagangan kepada orang lain.

- **Keputusan Pembelian Barang Dagangan Persib**

Berdasarkan hasil kuesioner diperoleh rata - rata jawaban responden sebesar 4,21. Hal tersebut menunjukkan bahwa keputusan pembelian barang dagangan Persib yang dimiliki suporter sangat tinggi. Keputusan pembelian suporter persib adalah tidak mepedulikan harga ketika membeli barang dagangan Persib, sehingga kualitas dari barang dagangan Persib akan menjadi perhatian oleh suporter

sebelum melakukan pembelian.

3. Berapa Besar Pengaruh Fanatisme Suporter Persib (Bobotoh) terhadap Keputusan Pembelian *barang dagangan* Klub Persib

- **Pengaruh Antusiasme Suporter terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil analisis data dengan uji-t, nilai signifikansi dari antusiasme (X1) sebesar 0,03, dimana lebih kecil dari 0,05, sehingga dimensi antusiasme berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

- **Pengaruh Semangat (*Zeal*) Suporter terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil analisis data dengan uji-t, nilai signifikansi dari antusiasme sebesar 0,302, dimana lebih besar dari 0,05, sehingga dimensi semangat (*zeal*) tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dikarenakan tidak semua suporter yang tidak memiliki tujuan yang baik saat mendukung Persib.

- **Pengaruh Berlebihan (*Excessive*) Suporter terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil analisis data dengan uji-t, nilai signifikansi dari berlebihan (*excessive*) sebesar 0,202, dimana lebih besar dari 0,05, sehingga dimensi berlebihan (*excessive*) tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dikarenakan banyak juga suporter yang sering menghina Persib saat kalah dalam pertandingan.

- **Pengaruh Pengkultusan Suporter terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil analisis data dengan uji-t, nilai signifikansi dari pengkultusan sebesar 0,422, dimana lebih besar dari 0,05, sehingga dimensi pengkultusan tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dikarenakan suporter hanya memuji Persib saat menang saja.

- **Pengaruh Pengabdian Suporter terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil analisis data dengan uji-t, nilai signifikansi dari pengabdian sebesar 0,02, dimana lebih kecil dari 0,05, sehingga dimensi pengabdian berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

- **Pengaruh Perilaku & Keterlibatan Inersia Suporter terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil analisis data dengan uji-t, nilai signifikansi dari pengabdian sebesar 0,00, dimana lebih kecil dari 0,05, sehingga dimensi perilaku & keterlibatan inersia berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

- **Pengaruh Konsumsi untuk Kepuasan Diri Sendiri pada Suporter terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil analisis data dengan uji-t, nilai signifikansi dari pengabdian sebesar 0,00, dimana lebih kecil dari 0,05, sehingga dimensi konsumsi untuk kepuasan diri sendiri berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

- **Pengaruh Fanatisme pada Suporter terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil Uji F nilai signifikansi yang didapatkan sebesar 0,000 yang berarti signifikansi $< 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa fanatisme suporter berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian barang dagangan Persib. Hasil penelitian tersebut sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh Deveci & Ercis (2016) yang menyatakan fanatisme konsumen berpengaruh dalam perilaku konsumen terutama terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) bahwa kontribusi variabel fanatisme (X) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 58%. Untuk 42% sisanya merupakan faktor-faktor berupa variabel independen lain diluar penelitian ini yang memiliki kontribusi terhadap keputusan pembelian barang dagangan Persib.

5.2 Saran

Terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk meningkatkan angka penjualan barang dagangan sebagai berikut :

1. Saran untuk Dimensi Variabel Fanatisme

- **Antusiasme**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dilihat bahwa antusiasme memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian barang dagangan Persib. Untuk itu, Persib perlu membuat konten secara konsisten seperti *launching* jersey, cuplikan pertandingan, vlog, suasana di ruang ganti, *podcast* pada media sosial secara rutin. Dengan angka pengikut dan penonton yang tinggi pada media sosial Persib, manajemen klub Persib dapat menggunakan jasa *influencer*. Untuk kontennya sendiri klub dapat mengarahkan *influencer* untuk menunjukkan manfaat *barang dagangan* dalam kehidupan sehari-hari khususnya ketika sedang berolahraga.

- **Semangat (*Zeal*)**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dilihat bahwa semangat tidak memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian barang dagangan Persib. Untuk kedepannya Persib dapat menerapkan kebijakan dalam sistem pembelian tiket secara daring dengan konsisten dan melakukan peningkatan bertahap dengan mempertimbangkan pendapat supporter

- **Berlebihan (*Excessive*)**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dilihat bahwa berlebihan (*Excessive*) tidak memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian barang dagangan Persib. Untuk kedepannya Persib dapat memberikan edukasi kepada supporter mengenai pentingnya menciptakan suasana yang kondusif di dalam dan luar stadion dan tidak melakukan provokasi di media sosial.

- **Pengkultusan**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dilihat bahwa pengkultusan tidak memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian barang dagangan Persib. Untuk kedepannya Persib perlu menjaga performa selama pertandingan agar konsisten sehingga minat suporter yang tinggi tetap terjaga.

- **Pengabdian**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dilihat bahwa pengabdian memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian *barang dagangan* Persib. Untuk mempertahankannya pihak manajemen klub Persib dapat membuat acara diskusi dengan komunitas suporter seperti yang dilakukan oleh klub Gresik United. Dilansir dari beritajatim.com pihak manajemen klub mengadakan diskusi santai dengan suporternya di sebuah kafe untuk memberikan edukasi dalam menciptakan suasana yang kondusif di dalam stadion. Hal tersebut juga dapat dilakukan oleh Persib agar pihak manajemen dapat memberikan edukasi mengenai pentingnya membeli *barang dagangan* asli yang dijual oleh Persib bukan membeli *barang dagangan* yang palsu, dikarenakan masih banyak barang palsu yang dijual di luar sana. Selain memberikan edukasi, manajemen klub Persib dapat melibatkan suporter dalam pengambilan keputusan mengenai metode pembelian tiket, regulasi suporter di dalam stadion, penilaian kinerja pemain dan pelatih, dan lain - lain agar suporter dapat dihargai keberadaannya dan menumbuhkan fanatisme terhadap klub dalam suporter Persib.

- **Perilaku & Keterlibatan Inersia**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dilihat bahwa perilaku dan keterlibatan inersia memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian barang dagangan Persib. Untuk itu, manajemen klub Persib bisa membuat promosi dengan membuat potongan harga pada hari - hari tertentu, membuat paket bundel seperti jersey + nameset atau topi + baju polo + botol dengan harga menarik, dan mengadakan *giveaway*, misalnya jika bisa menebak skor dengan benar maka akan mendapatkan jersey atau barang dagangan lainnya atau kuis berhadiah. Untuk membuat suporter / pecinta bola semakin terdorong untuk membeli membeli

barang dagangan yang dijual oleh Persib.

- **Konsumsi untuk Kepuasan Diri Sendiri**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dilihat bahwa konsumsi untuk kepuasan sendiri memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian barang dagangan. Untuk itu manajemen klub perlu mempertahankan atau meningkatkan kualitas dari barang dagangan secara konsisten agar kualitas barang dagangan sebanding dengan harga yang harus dikeluarkan oleh suporter / pecinta bola. Persib dapat melakukan *benchmark* pada *brand* Puma. Menurut artikel dalam Bola.net dimana dalam jerseynya Puma menggunakan pita ACTV yang terdapat pada bagian punggung bagian atas, tulang belakang, bagian atas dada, dan kedua sisi tubuh agar bagian tubuh tersebut dapat memperoleh sirkulasi udara yang lancar.

- **Fanatisme**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dilihat bahwa fanatisme secara keseluruhan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian barang dagangan Persib, dengan dimensi antusiasme, pengabdian, perilaku & keterlibatan inersia, dan konsumsi untuk kepuasan diri sendiri yang dimiliki suporter memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian barang dagangan.. Untuk itu manajemen klub, lebih berfokus kepada membuat konten secara konsisten pada media sosial, mengadakan diskusi dengan komunitas suporter, membuat paket *bundle / giveaway*, dan meningkatkan kualitas dari barang dagangan dengan melakukan *benchmark* pada *brand* lain.

2. Saran untuk Variabel Keputusan Pembelian

- **Suporter Menggunakan Barang Dagangan Persib Akhir - Akhir Ini**

Berdasarkan hasil penelitian, keputusan suporter menggunakan barang dagangan Persib adalah tinggi. Untuk kedepannya, Persib dapat menyediakan jumlah produk yang dijual dengan memperhatikan angka penjualan tahun sebelumnya

agar stok yang tersedia pas jumlahnya.

- **Suporter Segera Membeli Barang Dagangan Persib saat rilis**

Berdasarkan hasil penelitian, keputusan suporter untuk langsung membeli barang dagangan saat rilis adalah sangat tinggi. Untuk kedepannya, Persib dapat melakukan promosi barang dagangan sebelum rilis dan mengumumkan tanggal rilis agar suporter dapat langsung membeli.

- **Suporter Mau Membayar Lebih untuk Mendapatkan Barang Dagangan Persib**

Berdasarkan hasil penelitian, keputusan suporter untuk mengeluarkan dana lebih untuk mendapatkan barang dagangan Persib adalah sangat tinggi. Untuk kedepannya, Persib perlu mempertahankan atau meningkatkan kualitas barang dagangan agar suporter merasa kualitasnya sebanding dengan harga yang dikeluarkan.

- **Ada Banyak Alternatif tetapi Barang Dagangan Persib Menjadi yang Utama Bagi Suporter**

Berdasarkan hasil penelitian, keputusan suporter untuk mengeluarkan dana lebih untuk mendapatkan barang dagangan Persib adalah tinggi. Untuk kedepannya, Persib perlu melakukan inovasi terhadap barang dagangan bisa dengan melakukan *benchmark* pada barang dagangan klub lain / *brand* tertentu.

- **Di Masa yang Akan Datang Suporter Mau Membeli Barang Dagangan Persib yang lain**

Berdasarkan hasil penelitian, keputusan suporter untuk membeli barang dagangan Persib kembali di masa depan adalah sangat tinggi. Untuk kedepannya, Persib dapat menghadapi pemain

- **Barang Dagangan Persib adalah produk yang paling aman**

Berdasarkan hasil penelitian, pendapat barang dagangan Persib adalah produk yang paling aman adalah sangat tinggi. suporter untuk membeli barang dagangan

Persib kembali di masa depan adalah sangat tinggi. Untuk kedepannya, Persib dapat konsisten menjaga kualitas bahan baku yang digunakan dalam barang dagangan agar aman digunakan oleh suporter.

- **Suporter Mau Merekomendasikan Barang Dagangan Persib kepada Orang Lain**

Berdasarkan hasil penelitian, keputusan suporter merekomendasikan barang dagangan Persib adalah sangat tinggi. suporter untuk membeli barang dagangan Persib kembali di masa depan adalah tinggi. Untuk kedepannya, Persib dapat memperhatikan barang apa saja yang paling direkomendasikan, sehingga untuk tahun depan Persib dapat fokus dalam membuat dan menjual produk yang paling disukai.

- **Keputusan Pembelian Barang Dagangan**

Berdasarkan hasil penelitian, keputusan pembelian barang dagangan Persib yang dimiliki suporter sangat tinggi. Untuk itu, Persib dapat berfokus pada peningkatan kualitas dari barang dagangan agar lebih nyaman dan aman saat digunakan oleh suporter, kemudian agar biaya yang dikeluarkan suporter sebanding dengan pengalaman yang didapatkan saat menggunakan barang dagangan yang dijual Persib.

DAFTAR PUSTAKA

- Biel, A. L., & Aaker, D. A. (Eds.). (1993). *Brand Equity & Advertising: Advertising's Role in Building Strong Brands*. Taylor & Francis Group.
- Bagaskara, B. (2022, September 29). *Perubahan Sistem Tiket Kandang Persib yang Berujung Demo Bobotoh*. Detik.com. Retrieved January 13, 2023, from <https://www.detik.com/jabar/sepakbola/d-6318420/perubahan-sistem-tiket-kandang-persib-yang-berujung-demo-bobotoh>
- Belk, R. W. (2004). Men and Their Machines. *Advances in Consumer Research*, 31, 273–278.
- Chung, E., Beverland, M., Farrelly, F., & Quester, P. (2008). Exploring Consumer Fanaticism: Extraordinary Devotion in the Consumption Context. *Advances in Consumer Research*, 35, 333-340.
- Cahyani, P. D. (2022, March 10). Top 20 Rating TV Per 9 Maret 2022: Ikatan Cinta Masih Setia Diposisi Pertama. Retrieved from <https://zonabanten.pikiran-rakyat.com/entertainment/pr-233944874/top-20-rating-tv-per-9-maret-2022-ikatan-cinta-masih-setia-diposisi-pertama?page=2>
- Dari Mana Klub Sepak Bola Meraih Penghasilan*. (2020, March 19). Skor.id, & SkorID. Retrieved January 5, 2023, from <https://boladunia.skor.id/dari-mana-klub-sepak-bola-meraih-penghasilan-%2001329525>
- Dzikry, A. (2020, November 30). *Jersey Sepak Bola Puma, Inovatif di Tengah Kepungan Nike dan Adidas*. Bola.net. Retrieved January 12, 2023, from

https://www.bola.net/lain_lain/bola-beli-jersey-sepak-bola-puma-inovatif-di-tengah-kepungan-nike-dan-adidas-fc1131.html

Deveci, F. G., & Ercis, A. (2016, September). 4th International Conference on New Challenges in Management and Business. *Determining the Influence of Fanatical Tendencies on Consumption Styles Based on Lifestyles.*

Fan Insights. (2022, January 21). Retrieved from <https://nielsen.com/nielsen-fan-insights/>

Gordon, B., Nazakawa, M., Yoshida, M., & Biscaia, R. (2014). Conceptualization and Measurement of Fan Engagement: Empirical Evidence From a Professional Sport Context. *Journal of Sport Management.*, 28, 399-417. <https://doi.org/10.1123/jsm.2013-0199>

Ghozali I. 2017. Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24. Semarang (ID): Badan Penerbit UNDIP.

Kamilah, K., Munandar, J. M., Syamsun, M., & Worksheet, T. (2021, March). THE EFFECT OF ENVIRONMENTAL FRIENDLINESS FANATICISM OF STUDENTS TOWARDS PURCHASE INTENTION AND PURCHASE DECISION OF ORGANIC FOOD. *Jurnal Management & Agribisnis, Vol 18 no. 1.* <https://doi.org/10.17358/jma.18.1.32> (Kamilah et al., 2021, #)

Khomsiyah, A., & Sanaji, S. (2021). Pengaruh Loyalitas dan Fanatisme Suporter pada Klub terhadap Keputusan Pembelian barang dagangan Original: Studi pada Supporter Persela Lamongan. *Jurnal Maksi Preneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(2), 242. doi:10.30588/jmp.v10i2.756

- Kwon, Y., & Kwak, D. H. (2014). Revisiting the team identification-value-purchase relationship in the team-licensed barang dagangan consumption context: A multidimensional consumer value approach. *Sport Marketing Quarterly*, 23, 100-114.
- Ma'ruf H. 2006. Pemasaran Ritel. Jakarta (ID): PT Gramedia Pustaka Utama.
- Official Persib Web. (n.d.). Retrieved from <https://persib.co.id/>
- Persib*. (2023, January 6). Social Blade. Retrieved January 12, 2023, from <https://socialblade.com/youtube/c/persibofficial1933>
- Sekaran, U. and Bougie, R. (2016) *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. 7th Edition, Wiley & Sons, West Sussex.
- Sholihin M, Ratmono D. 2013. Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0. Yogyakarta (ID): Penerbit Andi.
- Shvili, J. (2022, October 20). *The Most Popular Sports In The World - WorldAtlas*. World Atlas. Retrieved January 5, 2023, from <https://www.worldatlas.com/articles/what-are-the-most-popular-sports-in-the-world.html>
- Sinetron Ikatan Cinta dan Aku Bukan Wanita Pilihan Bersaing Ketat*. (2022, March 14). Sinergianews.com. Retrieved January 5, 2023, from <https://www.sinergianews.com/read/16377/informasi-rating-acara-tv-%20paling-populer-pada-minggu-13-maret-2022-sinetron-ikatan-cinta-dan-aku-bukan-wanita-%20pilihan-bersaing-ketat/2>
- Thorne, S., & Bruner, G. C. (2006). An exploratory investigation of the characteristics of consumer fanaticism. *Qualitative Market Research: An*

International Journal, 9(1), 51–72.

<https://doi.org/10.1108/13522750610640558>

\