

**Pengaruh Fanatisme Suporter terhadap Keputusan Pembelian Barang  
Dagangan Klub Persib**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen

**Oleh :**

**William**

**6031901007**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**

**Terakreditasi Unggul oleh BAN-PT No. 2034/SK/BAN-PT/AK-**

**ISK/S/III/2022**

**BANDUNG**

**2023**

**The Influence of Fanaticism of Supporters on Purchasing Decisions of  
Merchandise Persib Club**



**UNDERGRADUATE THESIS**

Submitted to complete part of the requirements  
for Bachelor's Degree in Management

**By :**

**William**

**6031901007**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY**

**FACULTY OF ECONOMIC**

**PROGRAM IN MANAGEMENT**

**Excellent Accredited by National Accreditation Agency No.**

**2034/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022**

**BANDUNG**

**2023**

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN



**PERSETUJUAN SKRIPSI**

**Pengaruh Fanatisme Suporter terhadap Keputusan Pembelian *Merchandise*  
Klub Persib**

Oleh :

William

6031901007

**Bandung, Januari 2023**

**Ketua Program Studi Sarjana Manajemen**



**Dr. Istiharini, CPM., CMA**

**Dosen Pembimbing**



**Dr. Istiharini, CPM., CMA**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : William

Tempat, tanggal lahir : Bandung, 3 April 2000

NPM : 6031901007

Program studi : Manajemen

Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa penelitian dengan judul : "Pengaruh Fanatisme Suporter terhadap Keputusan Pembelian *Merchandise* Klub Persib"

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan Dr. Istiharini, S.E., CPM., CMA

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri:

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003:  
Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.  
Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam  
Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung.  
Dinyatakan tanggal 5 Januari 2023



(William)

## ABSTRAK

Sepak bola merupakan olahraga yang digemari di seluruh dunia termasuk di Indonesia. Dalam suatu pertandingan sepakbola, terdapat suporter fanatik yang mendukung klub kesayangannya. Fanatisme suporter yang tinggi, dapat membuat suporter ingin memiliki sesuatu yang berhubungan dengan klub kesayangannya, sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian barang dagangan klub. Di Indonesia sendiri, terdapat klub Persib yang memiliki pendukung yang disebut bobotoh yang dikenal memiliki fanatisme yang tinggi. Hal tersebut, dapat dilihat dari rating televisi yang tinggi setiap Persib bertanding dan jumlah pengikut yang banyak di instagram. Akan tetapi, fanatisme suporter Persib yang tinggi tersebut tidak sebanding dengan angka penjualan barang dagangan yang rendah.

Tujuan dari penelitian ini ada untuk mengetahui pengaruh fanatisme suporter dengan keputusan pembelian barang dagangan Persib menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada target sampel minimal sebanyak 100 responden yang merupakan pendukung klub Persib, menonton pertandingan Persib 2-4 kali dalam sebulan, dan pernah membeli barang dagangan Persib dalam 6 bulan terakhir.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan menunjukkan bahwa fanatisme suporter Persib berpengaruh terhadap keputusan pembelian barang dagangan yang dijual oleh klub Persib. Kontribusi variabel fanatisme terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 58% dan 24 % merupakan faktor-faktor berupa variabel independen lain diluar penelitian ini. Dimensi yang berpengaruh positif adalah antusiasme, pengabdian, perilaku & keterlibatan inersia, dan konsumsi untuk kepuasan diri sendiri.

Kata Kunci : Fanatisme, Keputusan Pembelian, Persib, Barang Dagangan

## ABSTRACT

Football is a sport that is popular all over the world, including in Indonesia. In a football match, there are fanatic fans who support their favorite club. High fanaticism of supporters can make supporters want to have something related to their favorite club, so that it can influence the decision to purchase club barang dagangan. In Indonesia alone, there is the Persib club which has supporters called Bobotoh who are known to have high fanaticism. This can be seen from the high television ratings every time Persib plays and the large number of followers on Instagram. However, the high fanaticism of Persib fans is not comparable to the low sales of barang dagangan.

The purpose of this study is to determine the effect of fanaticism on the decision to purchase Persib merchandise using descriptive and quantitative analysis by distributing questionnaires to a target sample of at least 100 respondents who are Persib club supporters, watch Persib matches 2-4 times a month, and have purchased merchandise Football in the last 6 months.

Based on the results of the analysis and discussion, it shows that the fanaticism of Persib supporters influences the decision to buy merchandise sold by the Persib club. The contribution of the fanaticism variable to the purchasing decision variable of 76,1% and 23,9%. Dimensions that have a positive effect are enthusiasm, devotion, inertial behavior & involvement, and consumption for self-satisfaction.

Keywords: Fanaticism, Purchase Decision, Persib, Merchandise

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena berkat dan karunia – Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Pengaruh Fanatisme Suporter terhadap Keputusan Pembelian *barang dagangan* Klub Persib”.

Skripsi ini disusun sebagai syarat kelulusan Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan tahun ajaran 2022/2023. Penelitian ini dapat selesai pada waktunya berkat doa, dukungan, bimbingan, dan nasihat yang diberikan oleh berbagai pihak kepada penulis, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Tjong Tjhiu Fun dan Daniel Yanuar sebagai keluarga penulis yang telah memberikan doa, dukungan, dan nasihat kepada penulis.
2. Dr. Istiharini CPM., CMA. sebagai Kepala Program Studi Sarjana Manajemen, dosen pembimbing, dan dosen penulis yang sudah memberikan waktu dan tenaga untuk memberikan materi mengenai manajemen pemasaran serta membimbing penulis selama penyusunan proposal penelitian hingga skripsi.
3. Ibu Triyana Iskandarsyah, Dra., MSI. sebagai dosen wali penulis
4. Seluruh dosen manajemen UNPAR yang sudah memberikan waktu dan tenaga untuk memberikan materi manajemen selama perkuliahan.
5. Seluruh teman dan kerabat yang selalu memberikan dukungan dan motivasi selama perkuliahan di UNPAR.

Akhir kata pada penelitian ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang harus diperbaiki. Oleh karena itu, penulis terbuka dengan

bentuk kritik dan saran pembaca untuk membuat penyusunan skripsi ini semakin baik. Demikian penelitian ini penulis buat, semoga bisa mendapatkan hasil yang bermanfaat bagi pembaca.

Bandung, 3 Januari 2023

William



## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| PERSETUJUAN SKRIPSI.....                            | i    |
| PERNYATAAN.....                                     | ii   |
| ABSTRAK.....  | iii  |
| ABSTRACT.....                                       | iv   |
| KATA PENGANTAR.....                                 | v    |
| DAFTAR ISI.....                                     | vi   |
| DAFTAR GAMBAR.....                                  | vii  |
| DAFTAR TABEL.....                                   | viii |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                | ix   |
| BAB 1 PENDAHULUAN.....                              | 1    |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian.....                  | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....                 | 8    |
| 1.3. Tujuan Penelitian.....                         | 8    |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                         | 8    |
| 1.5 Kerangka Pemikiran.....                         | 9    |
| 1.6 Hipotesis Penelitian.....                       | 11   |
| BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....                         | 14   |
| 2.1 Fanatisme.....                                  | 14   |
| 2.2 Marchandise.....                                | 15   |
| 2.3 Keputusan Pembelian.....                        | 16   |
| BAB 3 METODE & OBJEK PENELITIAN.....                | 18   |
| 3.1 Metode & Jenis Penelitian.....                  | 18   |
| 3.1.1 Teknik Pengumpulan Data.....                  | 18   |
| 3.1.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....           | 19   |
| 3.1.3 Operasionalisasi Variabel.....                | 20   |
| 3.1.4 Pengukuran Variabel.....                      | 27   |
| 3.1.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....       | 28   |
| 3.1.6 Teknik Analisis Data.....                     | 31   |
| 3.2 Objek Penelitian.....                           | 35   |
| BAB 4 HASIL & PEMBAHASAN.....                       | 37   |
| 4.1 Fanatisme Bobotoh pada klub Persib Bandung..... | 37   |

|  |            |
|--|------------|
| 4.2 Proses Keputusan Pembelian dari Barang Dagangan Persib.....  | 52         |
| 4.3 Analisis Seberapa Besar Pengaruh Fanatisme Bobotoh terhadap<br>Keputusan Pembelian Barang Dagangan Persib Bandung..... | 55         |
| 4.3.1 Uji Normalitas.....  | 55         |
| 4.3.2 Uji Multikolinearitas.....   | 57         |
| 4.3.3 Uji F.....   | 58         |
| 4.3.4 Analisis Regresi & Uji t.....  | 58         |
| 4.3.4 Uji Koefisien Determinasi (Uji R Square) .....   | 63         |
| <b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>   | <b>64</b>  |
| 5.1 Kesimpulan.....  | 64         |
| 5.2 Saran.....   | 70         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>   | <b>75</b>  |
| <b>RIWAYAT HIDUP PENULIS.....</b>  | <b>101</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1.1 Grafik 10 Cabang Olahraga dengan Jumlah Penggemar Terbanyak...          | 1  |
| Gambar 1.2 <i>Sport Fandom in Asia</i> .....                                       | 2  |
| Gambar 1.3 Model Penelitian.....   | 11 |
| Gambar 3.1 Logo Klub Persib.....   | 36 |
| Gambar 4.1 Komentar Pembeli di Platform Tokopedia.....                             | 39 |
| Gambar 4.2 Rata - Rata Views Video dari Akun Youtube Persib.....                   | 39 |
| Gambar 4.3 Komentar di Platform Shopee.....  | 41 |
| Gambar 4.4 Konten Kampanye Persib yang Bertema #SAUYUNANPERSIB...                  | 42 |
| Gambar 4.5 Komentar pada Akun Youtube Persib.....                                  | 42 |
| Gambar 4.6 Postingan Hasil Pertandingan & Komentar pada Akun Instagram Persib..... | 44 |
| Gambar 4.7 Postingan dan Komentar pada Akun Instagram Persib.....                  | 45 |
| Gambar 4.8 Komentar pada Akun Instagram Persib.....                                | 47 |
| Gambar 4.9 Komentar pada Akun Instagram Persib.....                                | 49 |
| Gambar 4.10 Komentar Pembeli pada Akun Shopee Persib.....                          | 51 |
| Gambar 4.11 Komentar pada Akun Shopee Persib.....                                  | 55 |
| Gambar 4.12 Hasil Grafik Probability Plot.....                                     | 56 |
| Gambar 4.13 Hasil One Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....                          | 56 |
| Gambar 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas.....                                       | 57 |
| Gambar 4.15 Hasil Uji F.....   | 58 |
| Gambar 4.16 Hasil Uji t.....   | 59 |
| Gambar 4.17 Komentar pada Akun Instagram Persib.....                               | 60 |
| Gambar 4.18 Komentar pada Akun Instagram Persib.....                               | 61 |
| Gambar 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....                                   | 63 |

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 1.1 5 Klub Liga 1 dengan Followers Instagram Terbanyak.....                   | 3  |
| Tabel 1.2 Rating Acara TV Populer Pada 9 Maret dan 14 Maret 2022.....               | 4  |
| Tabel 1.3 Hasil Penelitian Terdahulu.....   | 6  |
| Tabel 1.4 Data Penjualan Barang Dagangan di platform Shopee dan Tokopedia .         | 8  |
| Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel X.....  | 21 |
| Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Y.....  | 26 |
| Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Fanatisme.....                               | 29 |
| Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....                     | 30 |
| Tabel 4.1 Jawaban Responden untuk Dimensi Antusiasme.....                           | 37 |
| Tabel 4.2 Jawaban Responden untuk Dimensi Zeal (Semangat).....                      | 40 |
| Tabel 4.3 Jawaban Responden untuk Dimensi Excessive (Berlebih-lebihan).....         | 43 |
| Tabel 4.4 Jawaban Responden untuk Dimensi Pengkultusan.....                         | 44 |
| Tabel 4.5 Jawaban Responden untuk Dimensi Pengabdian.....                           | 46 |
| Tabel 4.6 Jawaban Responden untuk Dimensi Perilaku & Keterlibatan Inersia...        | 47 |
| Tabel 4.7 Jawaban Responden untuk Dimensi Konsumsi untuk Kepuasan Diri Sendiri..... | 50 |
| Tabel 4.8 Jawaban Responden untuk Variabel Keputusan Pembelian.....                 | 52 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian..... | 79 |
| Lampiran 2 Profil Responden.....     | 85 |
| Lampiran 3 Jawaban Kuesioner.....    | 87 |

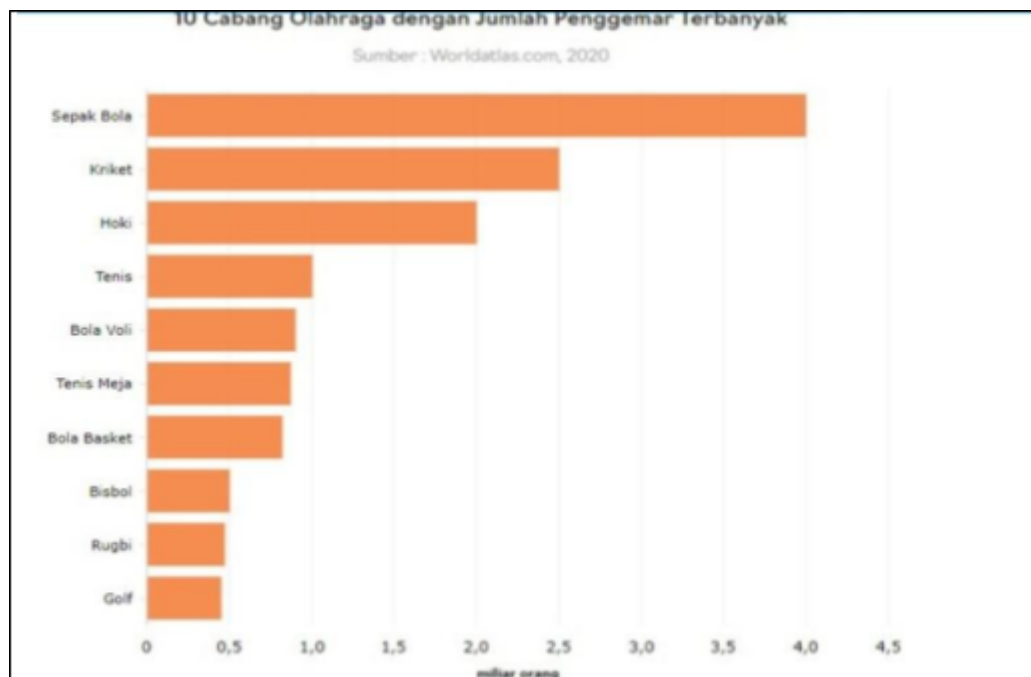
# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Sepak bola adalah salah satu cabang olahraga yang populer di dunia. Menurut World Atlas, yang dilansir dari situs <https://www.worldatlas.com/> sepak bola memiliki penggemar yang mencapai 4 miliar di seluruh dunia pada tahun 2020. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar 1.1 tentang 10 cabang olahraga dengan jumlah penggemar terbanyak.

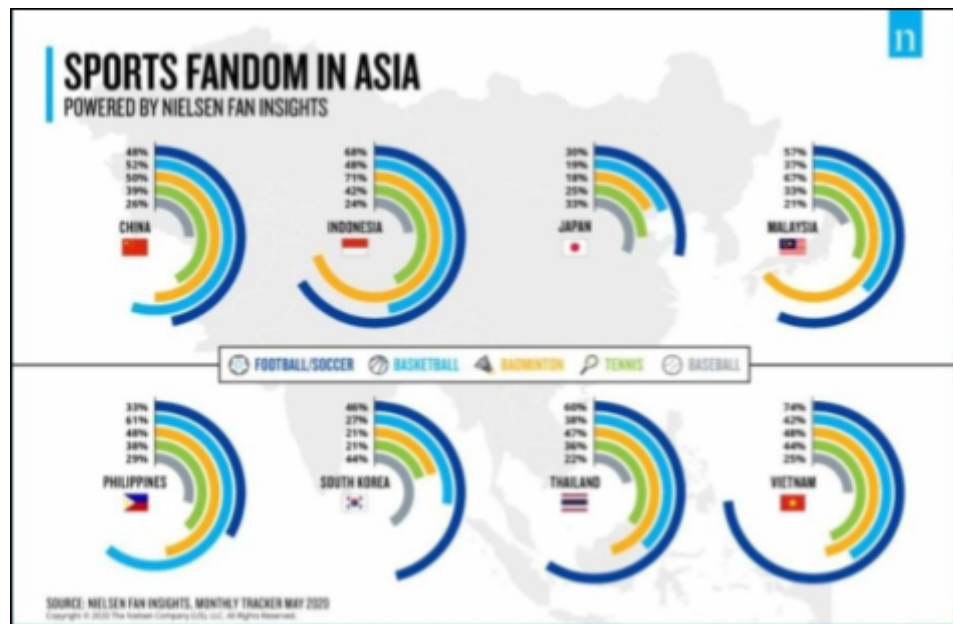
**Gambar 1.1**  
**Grafik 10 Cabang Olahraga dengan Jumlah Penggemar Terbanyak**



Sumber : Worldatlas.com

Untuk jumlah penggemar di Indonesia, menurut survei yang dilakukan Nielsen Sport pada tahun 2020 menunjukkan bahwa 68% masyarakat Indonesia menggemari olahraga sepak bola. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar 1.2 mengenai olahraga yang digemari di negara - negara Asia.

Gambar 1.2  
*Sport Fandom in Asia*



Sumber : Nielsen Sport (<https://niensports.com/nielsen-fan-insights/>)

Sepak bola tidak terlepas dari pendukungnya yang biasa disebut sebagai suporter. Menurut Hornby (2000), suporter adalah seseorang atau kelompok yang mendukung sebuah kelompok atau pemikiran dan sukarela ikut ambil bagian dalam mendukung sebuah kegiatan. Dari teori tersebut dapat dilihat suporter sepakbola yang dijuluki sebagai pemain ke 12 secara sukarela mendukung klub baik secara moral maupun finansial bagi klub. Menurut Alwi (2005) suporter mau meluangkan waktunya untuk menonton klub kesayangannya, memberikan tenaga yang berupa koreografi, yel-yel, sorakan untuk mendukung klub kesayangannya, dan menyisihkan uang untuk membeli atribut / *barang dagangan* yang dijual oleh klub serta tiket pertandingan dan atau akses aplikasi streaming yang menayangkan pertandingan klub kesayangannya. Dari rasa cinta dan bentuk dukungan tersebutlah yang akhirnya berkembang menjadi fanatisme pada sebuah klub sepak bola.

Fanatisme sendiri menurut Chung et al., (2008) berasal dari pengabdian di mana adanya dedikasi terhadap suatu objek, perilaku & keterlibatan inersia dimana adanya keinginan berinteraksi dengan suatu objek, dan konsumsi untuk

kepuasan diri sendiri dimana adanya keinginan mendapatkan suatu objek untuk mendapatkan kepuasan sendiri. Menurut Thorne dan Bruner (2006), terdapat empat karakteristik perilaku fanatisme yaitu, antusiasme dimana adanya keinginan yang besar dari dalam diri sendiri terhadap objek yang disukai, semangat (*zeal*) dimana adanya dorongan dari luar untuk dapat bergabung dengan komunitas, sikap berlebihan (*excessive*) dimana adanya keinginan untuk mengekspresikan diri mereka terhadap suatu objek, dan pengkultusan dimana adanya pandangan tertentu terhadap suatu objek. Dalam hal ini objek dapat mengacu pada sebuah merek, produk, orang, acara televisi, atau kegiatan konsumsi lainnya

Di Indonesia, ada salah satu klub yang memiliki suporter dengan fanatisme tinggi yaitu Persib Bandung. Klub asal Bandung tersebut berdiri pada 14 Maret 1933. Saat ini, Persib bermain di kompetisi sepakbola kasta tertinggi yaitu liga 1 dan menggunakan stadion Si Jalak Harupat / Gelora Bandung Lautan Api untuk pertandingan kandangnya. Persib memiliki kelompok suporter yang biasa disebut dengan nama Bobotoh / Viking. Untuk julukannya, Persib sendiri memiliki julukan yaitu “Pangeran Biru” / “Maung Bandung”.

Sama seperti suporter klub lainnya, Bobotoh juga memiliki fanatisme yang tinggi terhadap klub Persib dengan mengikuti akun instagram official dari Persib untuk berinteraksi dengan klubnya. Menurut artikel dari Kontan.co.id yang diterbitkan pada tahun 2022 dapat dilihat dari jumlah pengikut instagram *official* klub Persib paling banyak di antara klub sepak bola di Indonesia lainnya. Berikut adalah data untuk 5 klub sepakbola di Indonesia yang memiliki jumlah pengikut instagram terbanyak pada bulan Maret 2022 pada tabel 1.1.

**Tabel 1.1**  
**5 Klub Liga 1 dengan Followers Instagram Terbanyak**

|                 |                   |
|-----------------|-------------------|
| Persib Bandung  | 5,1 Juta Pengikut |
| Persija Jakarta | 3,2 Juta Pengikut |

Tabel dilanjutkan ke halaman 4



Lanjutan Tabel 1.1 pada Halaman 3

|                    |                   |
|--------------------|-------------------|
| Persebaya Surabaya | 2,1 Juta Pengikut |
| Arema FC           | 1,4 Juta Pengikut |
| Bali United        | 1,1 Juta Pengikut |

Sumber : Kontan.co.id

Dari tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa banyak dari Bobotoh yang mengikuti akun Instagram *official* dari Persib.

Selain dari jumlah pengikut, fanatisme Bobotoh dapat dilihat dari rating televisi yang selalu tinggi ketika Persib bermain. Menurut data yang diambil dari Sinergia News pada tanggal 9 Maret 2022 dan Zona Banten.com pada tanggal 14 Maret 2022, saat Persib bertanding rating televisinya menempati peringkat kedua dari keseluruhan rating acara televisi. Dapat dilihat pada tabel 1.2 di halaman 5.

**Tabel 1.2**

**Rating Acara TV Populer Pada 9 Maret dan 14 Maret 2022**

| No | 9 Maret 2022                               | 14 Maret 2022                                   |
|----|--|---|
| 1  | Ikatan Cinta - RCTI                        | Ikatan Cinta - RCTI                             |
| 2  | BRI LIGA 1 : Arema FC vs Persib - Indosiar | BRI LIGA 1 : Persib vs Madura United - Indosiar |
| 3  | Aku Bukan Wanita Pilihan - RCTI            | Aku Bukan Wanita Pilihan - RCTI                 |

Tabel dilanjutkan ke halaman 5

Lanjutan Tabel 1.2 pada Halaman 4

|   |                      |   |
|---|----------------------|---|
| 4 | Amanah Wali 5 - RCTI | BRI LIGA 1 : Persikabo vs Persija<br>- Indosiar |
| 5 | Dewi Rindu - SCTV    | Masterchef Indonesia - RCTI                     |

Sumber : Sinergia News dan Zona Banten.com

Dari tabel 1.2 di atas dapat dilihat bahwa banyak orang mulai dari pecinta bola, pendukung klub, maupun orang awam banyak yang meluangkan waktunya untuk menonton Persib.

Dapat disimpulkan, fanatisme yang bermula dari rasa suka dan kagum yang tinggi dapat terlihat dari bagaimana antusiasme yang ditunjukkan fans jika berhubungan dengan idolanya, karena fanatisme identik dengan antusiasme yang berlebih pada objek fantasinya menurut Chung et al., (2008). Berdasarkan teori tersebut rasa suka dan kagum yang tumbuh dalam diri Bobotoh berkembang dapat dilihat dari intensitas mereka dalam menghabiskan waktu untuk menonton klub kebanggaannya yaitu Persib dan rasa ingin memiliki barang-barang yang berkaitan dengan Persib. Perilaku fanatik supporter akan terwujud dalam bentuk keputusan membeli barang atau sesuatu yang berkaitan dengan klub Persib seperti jersey, tumbler, kaos, topi, dan lain -lain dan paket langganan aplikasi *streaming* yang menayangkan pertandingan dari Persib. Bagi supporter hal tersebut menjadi bukti bahwa Bobotoh sangat mendukung klub kebanggaannya tersebut.

Dari fanatisme tersebutlah pada akhirnya supporter dapat dipengaruhi untuk membeli barang dagangan yang dijual oleh Persib. Menurut Belk (2004) supporter fanatik sebagai konsumen akan menunjukkan kekaguman sejati terhadap merek atau produk klub sepak bola yang digemari. Sehingga supporter pun membeli aneka ragam barang dagangan yang dijual klub untuk menunjukkan bahwa mereka adalah fans dari klub yang digemarinya secara simbolik seperti yang diutarakan oleh Kwon dan Kwak (2014). Pembelian *barang dagangan* juga menunjukkan peran supporter bagi klub menurut Yoshida et al (2014) dalam mendukung klub. Pada akhirnya bentuk fanatisme tersebut dapat menuntun

suporter pada keputusan pembelian *barang dagangan* dari klub kebanggaannya.

Menurut Kotler dan Amstrong (2016: 177) keputusan pembelian adalah bagian dari perilaku konsumen yang merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman yang seperti apa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Ada beberapa tahap yang dilalui oleh konsumen sebelum memutuskan untuk membeli produk tertentu. Fanatisme suporter sepakbola yang mempengaruhi keputusan pembelian pada *barang dagangan* terdapat pada hasil penelitian terdahulu pada tabel 1.3 :

**Tabel 1.3**  
**Hasil Penelitian Terdahulu**

| No | Nama                | Tahun | Judul Penelitian  | Hasil Penelitian  |
|----|---------------------|-------|---|---|
| 1  | Deveci and Ercis    | 2017  | <i>Determining the influence of fanatical tendencies on consumption styles based on lifestyles.</i> | Fanatisme konsumen berpengaruh dalam perilaku konsumen terutama terhadap keputusan pembelian. |
| 2  | Chung <i>et. al</i> | 2008  | <i>Exploring Consumer Fanaticism: Extraordinary Devotion in the Consumption Context</i>             | Fanatisme menumbuhkan loyalitas, pemujaan, perilaku inersia, kepuasan diri sendiri            |

tabel dilanjutkan ke halaman 7

Lanjutan Tabel 1.3 dari Halaman 6

|   |               |      |  |  |
|---|---------------|------|--|--|
| 3 | Yoshida et al | 2014 | <i>Conceptualization and Measurement of Fan Engagement: Empirical Evidence From a Professional Sport Context</i>                                     | Pembelian barang dagangan juga menunjukkan peran supporter dalam mendukung klub                                      |
| 4 | Kwon & Kwak   | 2014 | <i>Revisiting the team identification-value - purchase relationship in the team-licensed barang dagangan consumption context: A multidimensional</i> | Membeli aneka ragam barang dagangan yang dijual klub untuk klub untuk menunjukkan bahwa mereka adalah fans dari klub |

Sumber : Hasil Olah Penulis

Meskipun beberapa penelitian terdahulu mengatakan fanatisme supporter dapat mempengaruhi keputusan pembelian supporter atas *barang dagangan*, akan tetapi dilihat dari data penjualan *barang dagangan* klub Persib selain jersey seperti tas, topi, jaket, kaos, dan barang lainnya jumlah pembeliannya di platform

Shopee dan Tokopedia cenderung sedikit dapat dilihat pada tabel 1.4 di halaman berikutnya :

**Tabel 1.4**  
**Data Penjualan Barang Dagangan Persib di platform Shopee dan Tokopedia**

|                               | Persib Stadium Messenger Bag | Persib Blue Script | Persib Jacket Official 2021 | Persib T-Shirt Official Abu | Persib Polo Shirt Black Type - S |
|-------------------------------|------------------------------|--------------------|-----------------------------|-----------------------------|----------------------------------|
| Jumlah Pembelian di Tokopedia | 4                            | 10                 | 54                          | 47                          | 8                                |
| Jumlah Pembelian di Shopee    | 8                            | 2                  | 20                          | 30                          | 19                               |

Sumber :

<https://www.tokopedia.com/persibofficialstore> &

<https://shopee.co.id/persibofficialstore?smtt=0.78824182-1655385780.9>

Dari data pada tabel di atas, dapat dilihat penjualan barang dagangan cenderung sedikit, tidak sebanding dengan jumlah pengikut di media sosial. Hal tersebut tentunya menjadi masalah bagi klub dimana fanatisme suporter klub yang tinggi.

Berdasarkan fenomena diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh tingginya fanatisme Bobotoh dan bagaimana pengaruhnya terhadap keputusan pembelian *barang dagangan* yang dijual oleh Persib. Untuk itu, penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Fanatisme Suporter Persib Bandung Terhadap Keputusan Pembelian Produk barang dagangan Persib Bandung”.

## **1.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana fanatisme suporter pada klub Persib Bandung ?
2. Bagaimana proses keputusan pembelian dari produk klub Persib Bandung ?
3. Berapa besar pengaruh fanatisme suporter terhadap keputusan pembelian produk klub Persib Bandung ?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui fanatisme suporter terhadap klub Persib Bandung.
2. Untuk mengetahui proses keputusan pembelian dari produk klub Persib Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh fanatisme bobotoh terhadap keputusan pembelian dari produk klub Persib Bandung.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Berikut adalah manfaat dari penelitian ini :

1. Bagi Manajemen Klub  
Penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi untuk bahan pertimbangan dalam meningkatkan peluang penjualan barang dagangan dengan memanfaatkan fanatisme suporter yang tinggi.
2. Bagi Penulis  
Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dari penulis sendiri, terutama dalam hal fanatisme suporter klub Persib dan bagaimana pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk klub Persib Bandung
3. Bagi Peneliti Selanjutnya  
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian lebih lanjut mengenai fanatisme

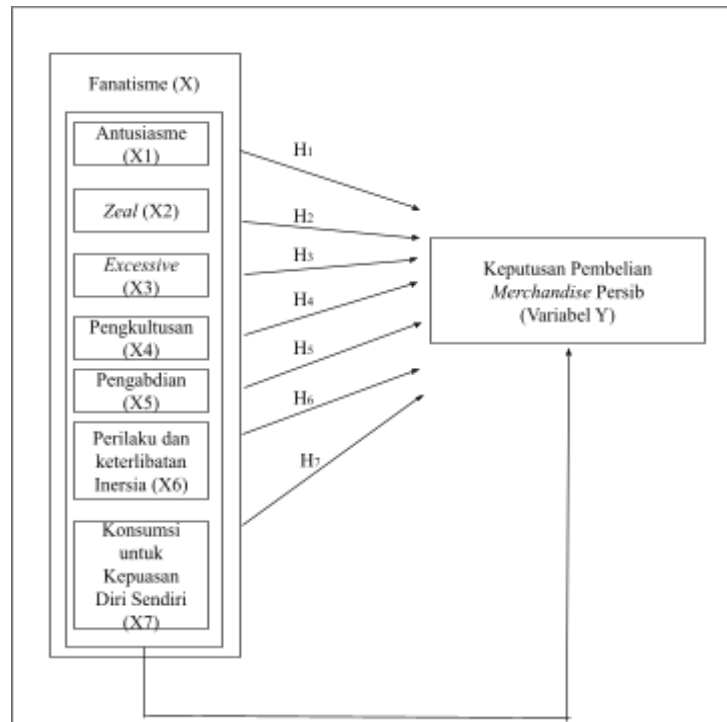
dalam pembelian produk.

### 1.5 Kerangka Pemikiran

Saat ini olahraga sepakbola berkembang menjadi sebuah industri dimana klub juga dituntut untuk bisa mandiri baik secara finansial dan operasional agar bisa menghadirkan prestasi bagi klub di masa depan. Salah satu sumber pemasukan bagi klub sepak bola terutama Persib berasal dari supporter dengan membeli barang dagangan yang dijual oleh pihak klub. Menurut Yoshida et al (2014) bagi supporter sendiri, membeli barang dagangan / atribut yang berkaitan dengan klub kesayangannya dapat berarti menunjukkan bentuk dukungan mereka untuk klub. Hal tersebut berhubungan dengan fanatisme yang dimiliki oleh supporter.

Fanatisme sendiri menurut Chung et al., (2008) adalah pengabdian yang luar biasa pada sebuah objek, di mana “pengabdian” terdiri dari gairah, keintiman, dan dedikasi. Objek dapat mengacu pada sebuah merek, produk, orang, acara televisi, atau kegiatan konsumsi lainnya. Menurut Chung et al., (2008), Fanatisme terdiri dari beberapa karakteristik yaitu loyalitas dan pemujaan, perilaku inersia, dan kepuasan diri sendiri. Fanatisme menurut Redden dan Steiner (2000) terdiri dari 4 karakteristik yaitu antusiasme, *Zeal* (semangat), *Excessive* (berlebih - lebihan), dan pengkultusan. Fanatisme supporter terhadap klub kebanggaannya menuntun supporter kepada keputusan untuk membeli *barang dagangan* klub. Menurut Kotler dan Amstrong (2016: 177) keputusan pembelian adalah bagian dari perilaku konsumen yang merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman yang seperti apa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Ada beberapa tahap yang dilalui oleh konsumen sebelum memutuskan untuk membeli produk tertentu yaitu pengenalan masalah (kebutuhan atau keinginan), pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian. Berdasarkan latar belakang hingga kerangka berpikir yang dijelaskan pada sub bab di atas, maka model penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1.3 di halaman berikutnya.

**Gambar 1.3**  
**Model Penelitian**



Sumber : Hasil olah penulis

### 1.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 : Antusiasme berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *barang dagangan* Persib

H2 : *Zeal* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *barang dagangan* Persib

H3 : *Excessive* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *barang dagangan* Persib

H4 : Pengkultusan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *barang dagangan* Persib

H5 : Pengabdian berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *barang dagangan* Persib

H6 : Perilaku dan Keterlibatan Inersia berpengaruh positif terhadap keputusan



pembelian *barang dagangan* Persib

H7 : Konsumsi untuk Kepuasan Diri Sendiri berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *barang dagangan* Persib

H8 : Fanatisme berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *barang dagangan* Persib