

Pengaruh Fans Engagement dan Sense of Belonging terhadap Loyalitas Bobotoh Persib Bandung di Tasikmalaya

Hilmi Darussalam¹, Herdiyanti²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Cipasung Tasikmalaya, Indonesia

E-mail: r.hlmidrsslml@gmail.com¹, herdiyanti@uncip.ac.id²

Article History:

Received: 20 Juli 2026

Revised: 29 Agustus 2026

Accepted: 05 September 2026

Keywords:

Fans Engagement, Sense of Belonging, Loyalitas Bobotoh Persib Bandung.

Abstrak: *Loyalitas suporter merupakan faktor penting dalam mendukung keberlangsungan sebuah klub sepak bola. Untuk meningkatkan loyalitas tersebut, klub perlu membangun keterlibatan suporter (Fans Engagement) dan rasa memiliki (Sense of Belonging) terhadap klub. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Fans Engagement dan Sense of Belonging terhadap Loyalitas Bobotoh Persib Bandung di Tasikmalaya. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah Bobotoh Persib Bandung di Tasikmalaya, dengan sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Cochran dan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner menggunakan skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan IBM SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fans Engagement dan Sense of Belonging berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Bobotoh Persib Bandung. Secara simultan, kedua variabel juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, variasi loyalitas dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan hal lainnya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi keterlibatan dan rasa memiliki Bobotoh terhadap Persib Bandung, semakin tinggi pula loyalitas yang terbentuk. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi manajemen Persib Bandung dalam meningkatkan hubungan dengan suporter.*

PENDAHULUAN

Menurut Siregar & Djuyandi (2021) perkembangan dunia olahraga kini sangat pesat, seiring dengan tumbuhnya industri olahraga dan menjamurnya komunitas suporter. Olahraga sepak bola digemari oleh berbagai kalangan, dari anak-anak hingga orang dewasa. Menurut Hapsari & Wibowo (2015) menyatakan bahwa suporter merupakan elemen penting dalam pertandingan karena mampu menciptakan atmosfer yang mempengaruhi performa tim.

Persib Bandung merupakan salah satu klub sepak bola profesional di Indonesia yang

memiliki basis pendukung besar bernama Bobotoh. Istilah "Bobotoh" berasal dari Bahasa Sunda yang berarti pendukung atau penyemangat. Komunitas Bobotoh sendiri terbagi menjadi beberapa kelompok seperti Viking Persib Club (VPC), The Bomber (Bobotoh Maung Bandung Bersatu), Bobotoh Famiglia (26CC), Flowers City Casuals (FCC), dan TS1 Crew. Sesuai dengan maknanya, Bobotoh senantiasa memberikan dukungan penuh kapan pun dan di manapun Persib berlaga. Bahkan, Persib pernah dinobatkan sebagai salah satu tim terpopuler di Asia oleh AFC berkat basis suporteranya.

Kelompok suporter tidak hanya hadir sebagai pendukung, tetapi juga membentuk identitas sosial tersendiri Dr. Vladimir (2021). Menurut radiantika & Sukadiyanto (2018) pendukung klub sepak bola adalah bagian dari identitas sosial penggemar dari segi mana pengalaman tentang fenomena sepakbola yang dialami oleh para supporter. Hal ini dibuktikan dengan keberadaan beberapa supporter klub sepak bola di Indonesia yang cukup terkenal seperti Arema, Persija, dan Persib Hapsari & Wibowo (2015). Bobotoh sebagai pendukung Persib Bandung adalah salah satu kelompok dengan tingkat loyalitas dan jumlah anggota terbesar di Indonesia. (Haryadi, 2019).

Untuk mendukung pernyataan tersebut, data jumlah penonton Persib Bandung pada laga kandang menunjukkan tingginya antusiasme. Berdasarkan data jumlah penonton Persib Bandung pada setiap laga kandang, terlihat bahwa antusiasme Bobotoh dalam mendukung tim kesayangannya sangat tinggi. Jumlah penonton tertinggi tercatat pada pertandingan Persib Bandung melawan Persija sebanyak 30.510 penonton, sedangkan jumlah penonton terendah terjadi pada pertandingan melawan Madura United sebanyak 12.123 penonton. Sebagian besar pertandingan kandang Persib mampu menarik lebih dari 20.000 penonton. Tingginya jumlah penonton tersebut menunjukkan bahwa Persib Bandung memiliki basis pendukung yang besar dan aktif. Kondisi ini mencerminkan adanya keterlibatan penggemar (*fans engagement*) dan rasa memiliki (*sense of belonging*) yang kuat terhadap klub, yang pada akhirnya dapat membentuk loyalitas suporter terhadap Persib Bandung.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan media sosial, pola hubungan antara klub dan para pendukungnya mengalami perubahan yang signifikan. Suporter tidak hanya memberikan dukungan secara langsung di stadion, tetapi juga melalui berbagai platform digital. Keterikatan penggemar yang lebih kuat dibentuk oleh kemudahan akses informasi, yang tercermin dalam dukungan terus-menerus dan rasa memiliki terhadap organisasi.

Loyalitas adalah komponen penting dari dalam organisasi, kelompok, atau hubungan antar individu. Inti dari loyalitas adalah kesetiaan dan dedikasi terhadap tim kebanggannya Fistanto et al. (2022). Pengorbanan yang diberikan baik berupa materi maupun non-materi. Hal ini menunjukkan adanya hal-hal yang dikorbankan dari para pendukung untuk sekedar memberikan dorongan moral maupun material bagi para klub kecintaannya Putri Hasna Fakhira, Siti Komariah (2023). Sejalan dengan hasil Pra-survei terhadap Bobotoh Persib Bandung berada pada kategori rendah dengan nilai rata-rata 2,33, yang menunjukkan belum terbentuknya loyalitas yang stabil.

Menurut Muntinga dalam Halim et al., (2022), keterlibatan penggemar (*Fan Engagement*) dapat ditunjukkan melalui berbagai aktivitas di media sosial, seperti mengikuti informasi, berinteraksi dalam komunitas, serta berpartisipasi dalam pembuatan konten terkait klub. Hal ini menunjukkan bahwa keterlibatan suporter menjadi faktor penting dalam membangun hubungan yang kuat antara penggemar dan klub. Fathana et al., (2025) Berdasarkan hasil pra-survei tingkat keterlibatan Bobotoh terhadap Persib Bandung tergolong rendah dengan nilai rata-rata 2,30, yang menunjukkan belum optimalnya partisipasi pada seluruh dimensi.

Sense Of Belonging (rasa memiliki) merupakan aspek penting dalam kehidupan individu, khususnya dalam konteks sosial. Menurut Baumeister dan Leary (1995), *Sense Of Belonging*

adalah kebutuhan dasar manusia untuk membentuk dan mempertahankan hubungan interpersonal yang bermakna. Individu yang memiliki rasa memiliki yang tinggi cenderung menunjukkan keterikatan emosional yang kuat serta komitmen terhadap kelompok, sedangkan rendahnya rasa memiliki dapat menyebabkan kurangnya keterlibatan dalam suatu komunitas. Berdasarkan hasil pra-survei terkait variabel *Sense Of Belonging* (rasa memiliki) pada komunitas Bobotoh, diperoleh nilai rata-rata sebesar 2,36 yang menunjukkan kategori rendah. Dengan skor berada pada angka 2,36 yang mengindikasikan bahwa responden belum sepenuhnya merasa diterima dan diakui dalam komunitas.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat diketahui bahwa tingkat *Fan Engagement*, *Sense Of Belonging*, dan loyalitas terhadap Persib Bandung masih belum optimal. Kondisi ini mengindikasikan bahwa keterlibatan suporter, baik dari sisi pemahaman terhadap tim, keterikatan emosional, maupun bentuk dukungan nyata, belum terbentuk secara kuat. Selain itu, rasa memiliki sebagai bagian dari komunitas Bobotoh juga masih relatif lemah, yang ditandai dengan belum sepenuhnya munculnya perasaan diterima, keterikatan emosional, serta keinginan yang kuat untuk tetap menjadi bagian dari komunitas. Hal tersebut turut berdampak pada loyalitas suporter yang belum stabil, baik dalam bentuk dukungan berkelanjutan maupun komitmen jangka panjang terhadap Persib Bandung.

Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara tingginya antusiasme Bobotoh sebagai suporter Persib Bandung dengan tingkat *Fan Engagement*, *Sense Of Belonging*, dan loyalitas yang belum sepenuhnya optimal, khususnya di wilayah Tasikmalaya. Secara teoritis, tingginya antusiasme seharusnya diikuti oleh keterlibatan yang kuat, rasa memiliki yang tinggi, serta loyalitas yang stabil. Namun, hasil yang ditemukan menunjukkan kondisi yang berbeda, sehingga menimbulkan pertanyaan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keterlibatan, rasa memiliki, dan loyalitas Bobotoh.

Untuk memperkuat kajian penelitian, diperlukan tinjauan terhadap penelitian terdahulu. Penelitian yang dilakukan oleh Junaedi¹, Mohammad Zaky² (2025) menunjukkan bahwa loyalitas terhadap Persib Bandung bukan semata-mata muncul karena preferensi terhadap performa klub, melainkan terbentuk dalam jangka panjang melalui proses sosialisasi di lingkungan keluarga dan masyarakat. Banyak informan menyatakan bahwa dukungan terhadap Persib diturunkan secara turun-temurun dari orang tua atau kerabat.

Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas suporter memiliki keterkaitan erat dengan faktor sosial dan emosional yang berkembang sejak dini. Namun demikian, kondisi yang terjadi pada Bobotoh di Tasikmalaya menunjukkan bahwa proses pembentukan loyalitas tersebut belum sepenuhnya berjalan secara optimal. Hal ini dapat dilihat dari masih rendahnya keterlibatan suporter serta belum kuatnya rasa memiliki terhadap komunitas Bobotoh. Dengan demikian, meskipun secara kultural dukungan terhadap Persib telah terbentuk melalui lingkungan sosial, tetap diperlukan upaya untuk memperkuat *Fans engagement* dan *Sense Of Belonging* agar loyalitas Bobotoh dapat berkembang secara lebih kuat dan berkelanjutan.

Fenomena yang terjadi saat ini menunjukkan bahwa meskipun Persib Bandung memiliki basis suporter yang besar dan dikenal sangat loyal, khususnya Bobotoh, namun tidak semua anggota komunitas menunjukkan tingkat keterlibatan, rasa memiliki, dan loyalitas yang kuat secara konsisten, terutama di daerah Tasikmalaya. Secara umum, Bobotoh dikenal memiliki antusiasme tinggi dalam mendukung Persib, baik melalui kehadiran dalam pertandingan, aktivitas di media sosial, maupun penggunaan atribut klub. Namun pada kenyataannya, masih terdapat sebagian suporter yang belum menunjukkan keterlibatan aktif, belum memiliki keterikatan emosional yang kuat, serta belum sepenuhnya menjadikan dirinya sebagai bagian dari komunitas secara utuh.

Fenomena ini mengindikasikan bahwa loyalitas Bobotoh tidak hanya dipengaruhi oleh faktor kecintaan terhadap klub, tetapi juga berkaitan dengan tingkat *Fans engagement* dan *Sense Of Belonging* yang dimiliki oleh masing-masing individu. Ketika keterlibatan dan rasa memiliki belum terbentuk secara optimal, maka loyalitas yang muncul cenderung tidak stabil dan berpotensi menurun. Oleh karena itu, fenomena ini menjadi penting untuk dikaji lebih lanjut guna memahami bagaimana *Fans engagement* dan *Sense Of Belonging* dapat memengaruhi loyalitas Bobotoh, khususnya di wilayah Tasikmalaya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis peran *Fans engagement* dan *Sense Of Belonging* dalam meningkatkan loyalitas Bobotoh terhadap Persib Bandung di Tasikmalaya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pentingnya keterlibatan suporter dan rasa memiliki dalam membentuk loyalitas yang kuat, sehingga dapat memperkuat hubungan antara Bobotoh dan Persib Bandung secara berkelanjutan.

LANDASAN TEORI

Penelitian mengenai loyalitas suporter sepak bola telah banyak dilakukan, terutama yang mengkaji faktor-faktor sosial dan emosional yang memengaruhi kesetiaan suporter terhadap klub. Salah satu penelitian yang dilakukan oleh Junaedi¹, Mohammad Zaky² (2025) menunjukkan bahwa loyalitas suporter Persib Bandung terbentuk melalui proses sosialisasi yang berlangsung dalam lingkungan keluarga dan masyarakat. Loyalitas tidak hanya dipengaruhi oleh performa klub, tetapi juga oleh nilai-nilai budaya dan identitas yang diwariskan secara turun-temurun. Temuan tersebut menegaskan bahwa faktor emosional dan sosial memiliki peran penting dalam membentuk loyalitas suporter.

Namun demikian, penelitian terdahulu lebih banyak berfokus pada proses terbentuknya loyalitas melalui faktor sosial dan budaya, sementara kajian yang menghubungkan loyalitas suporter dengan tingkat Fan Engagement dan Sense Of Belonging masih relatif terbatas, khususnya pada komunitas Bobotoh di wilayah Tasikmalaya. Padahal, dalam perkembangan industri olahraga modern, keterlibatan suporter secara aktif dengan klub serta rasa memiliki terhadap komunitas menjadi faktor yang semakin penting dalam mempertahankan loyalitas jangka panjang.

Salah satu penelitian yang dilakukan oleh Asril & Darmansyah (2024) yang masih ada hubungannya dalam penelitian ini yaitu, menyatakan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa loyalitas penggemar Manchester United dipengaruhi oleh keterikatan emosional yang terbentuk sejak awal mengenal klub, pengaruh keluarga, serta keyakinan dan kesetiaan yang kuat terhadap klub. Loyalitas tersebut tercermin dari konsistensi penggemar dalam mendukung tim meskipun mengalami penurunan performa, karena mereka percaya bahwa Manchester United dapat kembali berjaya di masa depan.

Selain itu juga penelitian mengenai sense of belonging yang dilakukan oleh Asshodiq et al., (2025) dalam penelitiannya penelitian menunjukkan bahwa sense of belonging yang tinggi mendorong loyalitas yang kuat pada suporter Brigata Curva Sud. Rasa memiliki terhadap komunitas dan tim membuat para anggota merasa menjadi bagian penting dari identitas kolektif PSS Sleman, yang pada akhirnya memperkuat dedikasi dan konsistensi mereka dalam memberikan dukungan, baik secara emosional maupun tindakan nyata.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis pengaruh *Fans Engagement* dan *Sense of Belonging* terhadap loyalitas Bobotoh Persib Bandung di

Tasikmalaya. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengukur hubungan antar variabel secara objektif melalui data numerik yang diperoleh dari responden. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada paradigma positivisme, yang bertujuan untuk menguji teori dan hipotesis melalui pengumpulan serta analisis data yang terukur. Data penelitian dikumpulkan menggunakan instrumen berupa kuesioner yang disebarkan kepada responden sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Selanjutnya, data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik statistik untuk mengetahui pengaruh *Fans Engagement* dan *Sense of Belonging* terhadap loyalitas Bobotoh Persib Bandung di Tasikmalaya (Sugiyono, 2023).

Objek penelitian merupakan fokus utama yang menjadi sasaran kajian untuk memperoleh data yang diperlukan dalam menjawab rumusan masalah penelitian secara sistematis. Dalam penelitian ini, objek yang diteliti adalah loyalitas Bobotoh Persib Bandung dengan menelaah pengaruh *Fans Engagement* dan *Sense of Belonging* terhadap tingkat loyalitas tersebut. Loyalitas Bobotoh menjadi aspek yang penting untuk dikaji karena mencerminkan komitmen dan kesetiaan penggemar dalam mendukung klub kebanggaannya. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah Bobotoh Persib Bandung yang berdomisili di Tasikmalaya. Pemilihan subjek tersebut didasarkan pada keterlibatan mereka sebagai penggemar aktif yang memiliki pengalaman dalam mengikuti berbagai aktivitas, interaksi, serta bentuk dukungan terhadap Persib Bandung, sehingga mampu memberikan informasi yang relevan mengenai variabel yang diteliti (Sugiyono, 2019).

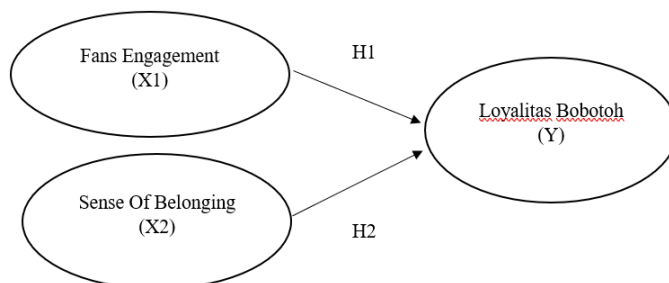
Menurut Sugiyono (2019), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Bobotoh Persib Bandung yang berdomisili di Tasikmalaya. Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan (Sugiyono, 2019). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah individu yang mengaku sebagai Bobotoh Persib Bandung dan berdomisili di Tasikmalaya. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Cochran karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Dengan tingkat kepercayaan 95% ($Z = 1,96$), nilai proporsi (p) sebesar 0,5, nilai q sebesar 0,5, serta tingkat kesalahan (*margin of error*) 10% ($e = 0,10$), diperoleh jumlah sampel minimum sebanyak 96,04 responden. Untuk meningkatkan kecukupan data dan memudahkan proses pengolahan, jumlah tersebut dibulatkan menjadi 100 responden.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Menurut Sugiyono (2019), kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Kuesioner pada penelitian ini disusun menggunakan skala Likert 5 poin untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan variabel *Fans Engagement*, *Sense of Belonging*, dan loyalitas Bobotoh Persib Bandung. Penggunaan skala Likert memungkinkan peneliti untuk mengukur sikap, persepsi, dan tingkat keterlibatan responden secara lebih terstruktur dan terukur. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dari responden diolah dan dianalisis dalam bentuk angka dengan bantuan metode statistik. Proses pengolahan data dilakukan menggunakan program SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) yang berfungsi untuk mempermudah analisis data penelitian secara efektif dan sistematis (Ghozali, 2018).

Tahapan analisis data yang dilakukan meliputi uji instrumen penelitian yang terdiri atas uji

validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan kualitas instrumen yang digunakan. Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji linearitas. Setelah seluruh persyaratan terpenuhi, analisis dilanjutkan dengan menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh *Fans Engagement* dan *Sense of Belonging* terhadap loyalitas Bobotoh Persib Bandung di Tasikmalaya.

Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian
(Sumber: Data diolah , 2026)

Hipotesis

H₁: Fans Engagement (X1) berpengaruh terhadap Loyalitas Bobotoh Persib Bandung (Y).

H₂: Sense of Belonging (X2) berpengaruh terhadap Loyalitas Bobotoh Persib Bandung (Y).

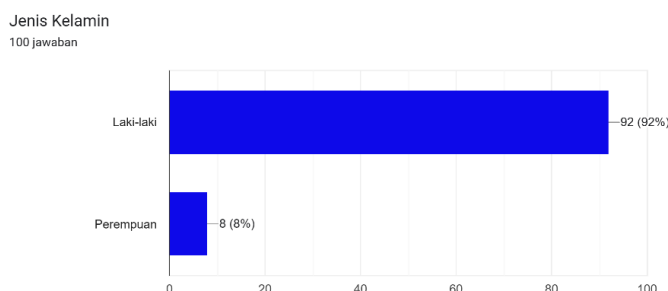
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Bobotoh Persib Bandung di Tasikmalaya. Bobotoh Persib dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan kelompok suporter yang memiliki loyalitas tinggi terhadap klub sepak bola Persib Bandung serta dikenal memiliki keterikatan emosional yang kuat dengan tim. Dalam perkembangannya, tingkat loyalitas Bobotoh tidak hanya dipengaruhi oleh kecintaan terhadap klub, tetapi juga oleh tingkat *fans engagement* dan *sense of belonging* yang dimiliki. Semakin tinggi keterlibatan penggemar dalam mengikuti aktivitas klub serta semakin kuat rasa memiliki terhadap komunitas dan Persib Bandung, maka semakin besar pula kemungkinan terbentuknya loyalitas yang berkelanjutan. Oleh karena itu, Bobotoh Persib Bandung di Tasikmalaya dipilih sebagai objek penelitian untuk menganalisis pengaruh *fans engagement* dan *sense of belonging* terhadap loyalitas suporter.

Karakteristik Responden

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

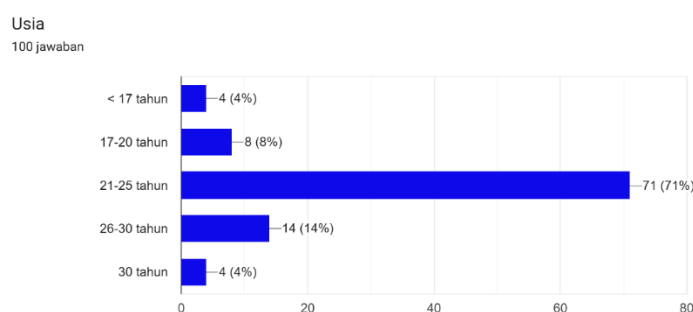


Gambar 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber : Data diolah, 2026

Berdasarkan diagram jenis kelamin responden, dari total 100 responden, sebanyak 92 responden (92%) berjenis kelamin laki-laki dan 8 responden (8%) berjenis kelamin perempuan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penelitian ini didominasi oleh responden laki-laki, yang mengindikasikan bahwa Bobotoh Persib Bandung di Tasikmalaya lebih banyak berasal dari kalangan laki-laki. Meskipun demikian, partisipasi responden perempuan menunjukkan bahwa dukungan terhadap Persib Bandung juga datang dari berbagai kelompok jenis kelamin.

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



Gambar 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Sumber : Data diolah, 2026

Berdasarkan diagram usia responden, dari total 100 responden, mayoritas berusia 21–25 tahun sebanyak 71 responden (71%). Selanjutnya, responden berusia 26–30 tahun berjumlah 14 responden (14%), usia 17–20 tahun sebanyak 8 responden (8%), sedangkan responden berusia kurang dari 17 tahun dan lebih dari 30 tahun masing-masing sebanyak 4 responden (4%). Hal ini menunjukkan bahwa penelitian didominasi oleh Bobotoh Persib Bandung di Tasikmalaya yang berada pada usia dewasa awal, sehingga kelompok usia tersebut menjadi karakteristik utama responden dalam penelitian ini.

Teknik Analisis Data

Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r-hitung	r tabel 5 %	Keterangan
Fans Engagement (X1)	7	0,708 – 0,875	0,197	Valid
Sense of Belonging (X2)	6	0,734 – 0,812	0,197	Valid
Loyalitas Bobotoh (Y)	6	0,703 – 0,802	0,197	Valid

Sumber : Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil pengujian, seluruh item pernyataan pada variabel Fans Engagement (X1), Sense of Belonging (X2), dan Loyalitas Bobotoh (Y) memenuhi kriteria validitas. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai r hitung yang seluruhnya melebihi r tabel (0,197) serta nilai signifikansi yang berada di bawah 0,05, sehingga semua butir pernyataan layak digunakan sebagai instrumen

penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Batas	Keterangan
Fans Engagement (X1)	0,931	0,60	Reliabel
Sense Of Belonging (X2)	0,861	0,60	Reliabel
Loyalitas Bobotoh (Y)	0,837	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha, diperoleh nilai reliabilitas sebesar 0,931 pada variabel Fans Engagement, 0,861 pada variabel Sense of Belonging, dan 0,837 pada variabel Loyalitas Bobotoh. Seluruh nilai tersebut berada di atas batas minimum 0,60, sehingga masing-masing variabel dinyatakan reliabel. Hasil ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik, sehingga seluruh butir pernyataan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian mengenai pengaruh fans engagement dan sense of belonging terhadap loyalitas Bobotoh Persib Bandung di Tasikmalaya.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Jenis Uji	Indikator	Hasil	Kriteria
Normalitas	Asymp. Sig.	0,242	Normal
Linearitas $X_1 \rightarrow Y$	Deviation from Linearity	0,053	Linear
Linearitas $X_2 \rightarrow Y$	Deviation from Linearity	0,185	Linear
Multikolinearitas X_1	VIF	2,372	Tidak terjadi multikolinearitas
Multikolinearitas X_2	VIF	2,372	Tidak terjadi multikolinearitas
Heteroskedastisitas X_1	Sig.	0,259	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Heteroskedastisitas X_2	Sig.	0,132	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Autokorelasi	Durbin-Watson	1,749	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber : Data di olah, 2026

Seluruh uji asumsi klasik telah terpenuhi, meliputi normalitas, linearitas, tidak terjadi multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi, sehingga model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi (B)	t-hitung	Sig.
Konstanta	10,514	7,536	0,000
Fans Engagement (X1)	0,159	3,149	0,000
Sense of Belonging (X2)	0,410	4,738	0,000

Sumber : Data di olah, 2026

Persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 10,514 - 0,159X_1 - 0,410X_2$$

Hasil regresi menunjukkan bahwa Fans Engagement dan Sense of Belonging berpengaruh positif terhadap Loyalitas Bobotoh Persib Bandung, dengan Sense of Belonging sebagai variabel yang memberikan pengaruh lebih besar.

Uji Koefisien Determinasi R^2

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0,759	0,577	0,568

Sumber : Data di olah, 2026

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R Square sebesar 0,577. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Fans Engagement (X_1) dan Sense of Belonging (X_2) mampu menjelaskan variasi Loyalitas Bobotoh Persib Bandung (Y) sebesar 57,7%, sedangkan sisanya sebesar 42,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, kedua variabel independen memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan Loyalitas Bobotoh Persib Bandung.

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Tabel 6. Hasil Uji F

Model	F-hitung	Sig.	Keputusan
Regresi	66,091	0,000	Diterima

Sumber : Data di olah, 2026

Berdasarkan hasil uji F pada tabel ANOVA, diperoleh nilai F hitung sebesar 66,091 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Fans Engagement (X_1) dan Sense of Belonging (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Bobotoh Persib Bandung (Y).

Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 7. Hasil Uji t

Hipotesis	Hubungan Variabel	t-hitung	Sig.	Keputusan
H_1	Fans Engagement $\rightarrow$ Loyalitas Bobotoh	3,149	0,000	Diterima
H_2	Sense of Belonging $\rightarrow$ Loyalitas Bobotoh	4,738	0,000	Diterima

Sumber : Data di olah, 2026

Berdasarkan hasil uji t pada tabel Coefficients, terbukti berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Bobotoh.

PEMBAHASAN

Pengaruh Fans Engagement terhadap Loyalitas Bobotoh

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Fans Engagement mampu meningkatkan

Loyalitas Bobotoh Persib Bandung di Tasikmalaya. Hal tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi keterlibatan Bobotoh terhadap Persib Bandung, maka semakin tinggi pula loyalitas yang dimiliki. Keterlibatan tersebut dapat diwujudkan melalui berbagai bentuk aktivitas, seperti mengikuti perkembangan klub, berinteraksi melalui media sosial, menghadiri pertandingan, berpartisipasi dalam kegiatan komunitas suporter, serta memberikan dukungan secara aktif kepada tim. Berbagai bentuk keterlibatan tersebut mampu memperkuat hubungan emosional antara Bobotoh dan Persib Bandung, sehingga mendorong terciptanya loyalitas yang lebih kuat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keterlibatan penggemar merupakan salah satu faktor penting dalam membangun dan mempertahankan loyalitas Bobotoh. Ketika Bobotoh merasa dilibatkan dalam berbagai aktivitas yang berkaitan dengan klub, mereka akan memiliki ikatan yang lebih erat serta komitmen yang lebih tinggi untuk terus mendukung Persib Bandung dalam berbagai situasi. Oleh karena itu, semakin baik strategi klub dalam meningkatkan keterlibatan suporter, semakin besar pula peluang terbentuknya loyalitas yang berkelanjutan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Fans Engagement memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan Loyalitas Bobotoh Persib Bandung di Tasikmalaya, sehingga upaya untuk memperkuat interaksi dan keterlibatan suporter perlu terus dilakukan sebagai salah satu strategi menjaga loyalitas pendukung.

Pengaruh Sense of Belonging Terhadap Loyalitas Bobotoh

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Sense of Belonging menjadi salah satu faktor yang berperan dalam meningkatkan Loyalitas Bobotoh Persib Bandung di Tasikmalaya. Hal ini menunjukkan bahwa rasa memiliki terhadap Persib Bandung mampu mendorong Bobotoh untuk tetap setia memberikan dukungan kepada klub. Ketika Bobotoh merasa menjadi bagian dari Persib Bandung, mereka akan memiliki ikatan emosional yang lebih kuat, merasa bangga sebagai pendukung klub, serta memiliki komitmen untuk terus memberikan dukungan dalam berbagai kondisi.

Rasa memiliki tersebut tidak hanya tercermin dari kebanggaan menggunakan atribut klub atau mengikuti setiap pertandingan, tetapi juga dari keinginan untuk menjaga citra Persib Bandung, mendukung berbagai program klub, serta tetap memberikan dukungan meskipun tim sedang menghadapi tantangan. Semakin kuat rasa memiliki yang dimiliki Bobotoh, maka semakin besar pula keinginan mereka untuk mempertahankan hubungan jangka panjang dengan klub.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Sense of Belonging memiliki peran penting dalam membentuk dan meningkatkan Loyalitas Bobotoh Persib Bandung di Tasikmalaya. Oleh karena itu, Persib Bandung perlu terus membangun kedekatan dengan para pendukungnya melalui komunikasi yang baik, pelibatan suporter dalam berbagai kegiatan, serta menciptakan pengalaman positif yang dapat memperkuat rasa memiliki terhadap klub.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa loyalitas Bobotoh Persib Bandung di Tasikmalaya dipengaruhi oleh tingkat *Fans Engagement* dan *Sense of Belonging*. Semakin tinggi keterlibatan Bobotoh dalam berbagai aktivitas yang berkaitan dengan Persib Bandung, seperti mengikuti perkembangan klub, berinteraksi, maupun berpartisipasi dalam kegiatan suporter, maka semakin kuat loyalitas yang ditunjukkan terhadap klub. Selain itu, rasa memiliki yang tinggi terhadap Persib Bandung juga mampu memperkuat komitmen Bobotoh untuk terus memberikan dukungan dalam berbagai situasi. Dengan demikian, *Fans Engagement* dan *Sense of Belonging* merupakan dua faktor yang berperan penting dalam membangun dan

mempertahankan loyalitas Bobotoh Persib Bandung di Tasikmalaya.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi bagi manajemen Persib Bandung untuk terus meningkatkan *Fans Engagement* melalui berbagai program interaktif, komunikasi yang intensif, serta kegiatan yang melibatkan Bobotoh secara aktif. Selain itu, upaya memperkuat *Sense of Belonging* juga perlu dilakukan dengan membangun hubungan yang lebih dekat antara klub dan supporter sehingga loyalitas Bobotoh dapat terus dipertahankan dan ditingkatkan. Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian *sport marketing* dengan memperkuat teori *Fans Engagement* dan *Sense of Belonging* sebagai faktor yang memengaruhi loyalitas supporter sepak bola. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian pada komunitas supporter klub lain, menambahkan variabel seperti *fan experience*, kepuasan supporter, citra klub, kepercayaan terhadap klub, atau kualitas pelayanan, serta menggunakan pendekatan *mixed methods* agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas supporter.

DAFTAR REFERENSI

- Ghazali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. 2023. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Puspito Sari Yane, Suharyat Yayat, Fernandy Gracia, Sungkawati Endang, Suwitho. 2021. Loyalitas Pelanggan, Eureka media Aksara. Anggota Ikapi Jawa Tengah. NO.225/JTE/2021
- Amanah, D., & Harahap, D. A. (2019). Loyalitas konsumen: Implikasi dari diferensiasi produk dan nilai emosional. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 20(1). <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis/article/view/2991>
- Andika, R. D., & Prianto, G. F. (2019). Pengaruh brand personality dan brand experience terhadap emotional brand attachment pada merek Vespa. *Jurnal Komunikasi*, 4(2), 179–188. <https://journal.interstudi.edu/index.php/InterKomunika/article/view/311>
- Fathana, N. R., AT, M. R., & Syam, R. (2025). Loyalitas emosional dan keterlibatan komunitas: Studi karakteristik fanatisme penggemar musik Kapal Udara Band. *SABANA (Sosiologi, Antropologi, dan Budaya Nusantara)*, 4(1), 89–103. <https://journal.literasisains.id/index.php/sabana/article/view/4919>
- Haekal, H., Tahoma, E. O., Anwa, K. V., Nurhidayat, M. A., & Handaru, T. W. (2024). Meningkatkan keterlibatan pelanggan, persepsi kualitas, dan pemasyarakatan merek di pusat olahraga melalui layanan inovatif dan manajemen fasilitas. *Jumper: Jurnal Mahasiswa Pendidikan Olahraga*, 4(3). <https://jurnal.stokbinaguna.ac.id/index.php/JUMPER/article/view/2225>
- Husna, I. (2020). Peran kepuasan dan keterikatan emosional pada loyalitas pelanggan (Studi pada anggota Persebaya Selamanya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2). Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya.
- Khomsiyah, A., & Sanaji. (2021). Pengaruh loyalitas dan fanatisme supporter pada klub terhadap keputusan pembelian merchandise orisinal (Studi pada supporter Persela Lamongan). *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 10(2), 242–257. <https://ejournal.up45.ac.id/index.php/maksipreneur/article/view/756>
- Khuan, H., Setiawan, Z., Munizu, M., Sintesa, N., & Sono, M. G. (2023). Hubungan keterikatan merek emosional, kepuasan, dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/11272>

-
- Pratiwi, A. C., & Masnita, Y. (2023). Peran keterlibatan konsumen guna pencapaian brand love dengan mendorong consumers engagement. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology (JEMATech)*, 6(2). <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jematech/article/view/4492>
- Rohman, F., & Azizah, A. (2023). Analisis peran emotional branding strategy dalam meningkatkan loyalitas pengunjung pusat perbelanjaan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. <https://jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/view/27168>
- Yunita, M., & Kontesa, L. (2022). Pengaruh kedekatan emosional dan komunikasi pemasaran terhadap loyalitas konsumen minimarket Namora Kota Bengkulu. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. <https://download.garuda.kemdikbud.go.id>