

BAB IV KESIMPULAN

Kesimpulan pada penelitian ini diperoleh dari hasil temuan dan pembahasan yang sudah dipaparkan pada bab sebelumnya yang kemudian digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian yaitu mengetahui apakah terdapat hubungan atau korelasi antara Identifikasi Tim dengan Motivasi Konsumsi *Sport* (olahraga) pada komunitas Indobarca *Chapter* Jogja. Berdasarkan hasil data yang sudah diolah, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Tingkat Identifikasi Tim pada anggota komunitas Indobarca *Chapter* Jogja menunjukkan tingkatan yang tinggi, hal tersebut dapat dilihat dari total rata-rata yang diperoleh yaitu sebesar 4,29. Tingkat Motivasi Konsumsi *Sport* (olahraga) pada anggota komunitas Indobarca *Chapter* Jogja menunjukkan tingkatan yang tinggi. Hal tersebut ditunjukkan dengan perolehan rata-rata sebesar 4,36, yang diperkuat oleh rata-rata dari Lima indikator dalam variabel Motivasi Konsumsi *Sport* (olahraga) yakni pengetahuan, keindahan, pelarian, keterampilan fisik dan sosial masuk ke dalam kategori tinggi.

Identifikasi tim memiliki hubungan yang signifikan dengan Motivasi Konsumsi *Sport* pada anggota komunitas Indobarca *Chapter* Jogja. Hal tersebut dapat dilihat dan dibuktikan dari nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga, H_a diterima dan H_0 ditolak. Lalu, hasil dari koefisien korelasi *Pearson* sebesar 0,610 yang masuk ke dalam kategori kuat jika berdasarkan pedoman interpretasi koefisien korelasi. Kemudian, angka koefisien tidak ditandai dengan (-) di depan angka, hal tersebut menunjukkan bahwa angka memiliki koefisien yang positif. Berdasarkan hasil data yang sudah diperoleh maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat Identifikasi tim maka semakin tinggi pula tingkat motivasi konsumsi *Sport* (olahraga).

DAFTAR PUSTAKA

- Bayudewanto, A. &. (2017). Pola komunikasi organisasi pada Fans Club Juventini Boyolali dalam menjalin solidaritas (Studi deskriptif kualitatif tentang pola komunikasi organisasi pada fans Club Juventini di Boyolali). 4-5.
- Brona, L. (2016). ENGARUH KREDIBILITAS ENDORSER PADA IKLAN SMARTPHONE ADVAN VERSI BARCELONA TERHADAP MINAT BELI FANS CLUB BARCELONA DI YOGYAKARTA. *Skripsi S1 Ilmu Komunikasi*, 1-86.
- Hadiantoro, R. (2018). Merchandise jersey dan gaya hidup konsumsi di kalangan anggota komunitas fans olah raga sepak bola. Retrieved from <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20478901&lokasi=lokal>
- Henriyadi. (2020). *Jejak Langkah Bersama Indobarca Jogja*. Jombang: CV. Nakomu.
- Hidayah, E. G. (2018). SOLIDARITAS KOMUNITAS SUPORTER PSS SLEMAN. *Jurnal pendidikan sosiologi* .
- Kausar, K. M. (2019). Solidaritas Sosial Komunitas Pendukung Sepak Bola (Studi Pada Komunitas SKULL Persiraja Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*.
- Kwon, H. P. (2022). Relationship Between Team Identification and Consumption Behaviors: Using a Meta-Analysis. *Frontiers in Psychology*. doi:10.3389
- Lee, S. L. (2023). Association Between Team Identification and Sport Consumption Behaviors: A Meta-Analysis. *Journal of Global Sport Management*, 1-25. doi:10.1080/24704067.2023.2246137
- Pradhan, S. (2014). he ABC's of being a fan: An operant analysis of sports consumption behavior. *SJSU Scholar Works*, 1-87.
- PRAWIDYA, P. A. (2017). Survei Perilaku Konsumsi Berlandaskan Fanatisme oleh Fans' True Blue' terhadap Chelsea Football Club. *Doctoral dissertation*. Retrieved from https://etd.repository.ugm.ac.id/home/detail_pencarian/110913
- Sports, N. (2022). *what fans want: The 2022 world football report How brands, broadcasters and platforms can capitalize on the FIFA World Cup™ and it's billion-plus views*. United states: Nielsen Sports. Retrieved from <https://www.nielsen.com/id/insights/2022/discover-what-world-cup-fans-really-want/>

- Sugiharto, S. (2006). *LISREL*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, S. (2017). *Metode penelitian & pengembangan. Research and Development*. Bandung : Alfabeta.
- Suryani, H. (2018). *Metode Kuantitatif: Teori dan aplikasi pada penelitian bidang manajemen dan ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana, Prenadamedia Group.
- Tajfel, H. T. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. *Organizational identity: A reader*, 4-16.
- Taufan, M. &. (2023). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Fanatisme Terhadap Keputusan Pembelian Jersey Orisinal (Studi Pada Supporter Persib Bandung). *Jurnal Ikrath-Ekonomika*, Vol.6. No.2., 202-208.
- Tejowibowo, D. N. (2018). Strategi Dalam Membangun Solidaritas Sosial Pada Komunitas Generasi Muda Penyelamat Budaya (Gemamaya). *Jurnal pendidikan Sosiologi*, 1-23.
- Theodorakis, N. D. (2008). An examination of sport fandom in Greece: influences, interests and behaviours. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 356-374.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

PROFIL RESPONDEN

Berilah tanda (x) pada abjad yang merupakan jawaban anda:

1. Berapa umur anda ?
 - A. _____
2. Apa jenis kelamin anda ?
 - A. Laki-laki
 - B. Perempuan
3. Apa pekerjaan anda ?
 - A. Wiraswasta
 - B. PNS
 - C. Wirausaha
 - D. Pelajar/Mahasiswa
4. Selama regular season, jika di persentasekan seberapa sering anda menonton pertandingan FC Barcelona ?
 - A. Kurang dari 10% (4 pertandingan atau kurang)
 - B. 10-50% (4 sampai 19 pertandingan)
 - C. Lebih dari 50% (19 sampai 38 pertandingan)
5. Berapa banyak jersey Barca yang anda miliki ?
 - A. 3 atau kurang
 - B. 3 sampai 5
 - C. Lebih dari 5
6. Sebutkan nama pemain Barca yang menjadi favorit anda (boleh dari 1, maksimal 3)?
 - A. _____
7. Berapa tahun anda menjadi penggemar Barca ?
 - A. 3 atau kurang
 - B. 3 sampai 5

- C. Lebih dari 5
8. Seberapa sering anda mengunjungi situs sosial media sosial (Twitter, Facebook, Instagram,blog) untuk berbicara tentang Barca?
- A. Tidak pernah
 - B. Jarang
 - C. Kadang-kadang
 - D. Sebagian besar waktu
 - E. Selalu
9. Seberapa sering anda menggunakan media pribadi (SMS, email, panggilan telepon) untuk membicarakan hal tentang Barca ?
- A. Tidak pernah
 - B. Jarang
 - C. Kadang-kadang
 - D. Sebagian besar waktu
 - E. Selalu
10. Seberapa sering Anda menghabiskan waktu sehari untuk membaca/menonton cerita atau video yang berhubungan dengan Barca (di PC, tablet, ponsel, laptop)?
- A. 3 jam atau kurang
 - B. 3 hingga 5 jam
 - C. Lebih dari 5 jam
11. Seberapa sering Anda menghabiskan waktu sehari untuk menonton cerita atau video terkait Barca di TV?
- A. 3 jam atau kurang
 - B. 3 hingga 5 jam
 - C. Lebih dari 5 jam
 - D.

IDENTIFIKASI

Berilah tanda (x) pada abjad yang merupakan jawaban anda:

1. Seberapa penting kemenangan Barca bagi ANDA?
- A. Sangat tidak penting

- B. Tidak penting
 - C. Netral
 - D. Cukup penting
 - E. Sangat penting
2. Seberapa kuat ANDA melihat DIRI ANDA sebagai penggemar Barca?
- A. Sangat tidak kuat
 - B. Tidak kuat
 - C. Netral
 - D. Cukup kuat
 - E. Sangat kuat
3. Seberapa kuat TEMAN Anda memandang ANDA sebagai penggemar Barca?
- A. Sangat tidak kuat
 - B. Tidak kuat
 - C. Netral
 - D. Cukup kuat
 - E. Sangat kuat
4. Selama musim tersebut, seberapa dekat Anda mengikuti Barca melalui SALAH SATU hal berikut: (a) secara langsung atau di televisi, (b) di radio, (c) berita televisi, (d) melalui aplikasi di ponsel cerdas Anda, tablet, atau komputer, (e) situs atau blog olahraga online?
- A. Tidak pernah
 - B. Jarang
 - C. Kadang-kadang
 - D. Sering
 - E. Sangat sering
5. Seberapa pentingkah menjadi penggemar Barca bagi ANDA?
- A. Sangat tidak penting
 - B. Tidak penting
 - C. Netral
 - D. Cukup penting
 - E. Sangat penting

6. Seberapa sering ANDA menampilkan nama atau logo Barca di tempat kerja Anda, di tempat tinggal Anda, di mobil Anda, di ponsel Anda, di laptop Anda, atau di pakaian Anda?
 - A. Tidak pernah
 - B. Jarang
 - C. Kadang-kadang
 - D. Sering
 - E. Sangat sering
7. Saya merasa seperti saya yang menang ketika Barca menang.
 - A. Sangat tidak setuju
 - B. Tidak setuju
 - C. netral
 - D. Setuju
 - E. Sangat setuju
8. Saya merasa bangga saat Barca bermain bagus dan menang.
 - A. Sangat tidak setuju
 - B. Tidak setuju
 - C. Agak setuju
 - D. Setuju
 - E. Sangat setuju

KUESIONER ITEM MOTIVASI KONSUMSI *SPORT* (Olahraga)

Pilihlah satu jawaban dari pernyataan-pernyataan yang tersedia dengan memberikan tanda centang (✓) pada kolom jawaban yang telah disediakan dengan keterangan sebagai berikut :

- SS : Jika anda sangat setuju dengan pernyataan
S : Jika anda setuju dengan pernyataan
RG : Jika anda ragu-ragu dengan pernyataan
TS : Jika anda tidak setuju dengan pernyataan
STS : Jika anda sangat tidak setuju dengan pernyataan

No	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
1	Saya secara teratur melacak statistik pemain tertentu di klub sepak bola Barcelona					
2	Saya biasanya mengetahui rekor menang/kalah tim					
3	Saya membaca kotak skor dan statistik tim secara teratur					
4	Saya menikmati keindahan yang terkait dengan permainan tersebut					
5	Menonton pertandingan sepak bola merupakan pelarian bagi saya dari aktivitas sehari-hari					
6	Saya menikmati penampilan terampil para pemain Barca					
7	Berinteraksi dengan penggemar lain adalah bagian yang sangat penting dalam pertandingan					
8	Saya suka berbicara dengan orang lain yang duduk di dekat saya selama menonton permainan					
9	Saat menonton permainan adalah kesempatan besar untuk bersosialisasi dengan orang lain					

Lampiran 2. Tabulasi Data
Variabel Motivasi (Y)

No.Resp	MOTIVASI									total	
	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9		
1	3	4	4	4	4	5	5	4	2	5	36
2	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	43
3	5	5	3	5	4	5	5	4	5	5	41
4	4	3	3	5	3	5	3	3	2	4	32
5	2	4	5	5	4	4	4	4	4	5	37
6	4	4	4	5	4	5	3	3	3	4	36
7	4	5	4	5	5	5	2	2	4	4	36
8	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	34
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
10	3	3	4	5	4	5	4	4	4	4	36
11	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	39
12	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	41
13	4	4	4	5	2	5	4	5	4	4	37
14	4	5	3	5	5	5	3	5	5	5	40
15	4	4	4	5	5	5	5	1	1	1	34
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
17	3	4	5	5	5	5	5	3	4	4	39
18	3	5	5	5	3	4	3	4	4	4	36
19	3	3	4	5	2	5	2	2	4	4	30
20	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	42
21	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	41
22	5	5	5	5	4	3	5	4	4	4	40
23	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	39
24	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	42
25	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
26	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	42
27	3	4	4	5	5	5	4	5	5	5	40
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
31	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
32	4	4	4	5	3	4	2	4	4	4	34
33	4	4	4	5	5	2	3	4	4	4	35
34	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	44
35	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	42
36	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	44
37	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	40
38	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	37
39	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	41
40	4	3	3	4	3	4	3	5	5	5	34
41	2	2	4	5	1	4	5	3	5	5	31
42	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	29
43	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	41
44	5	5	4	4	4	5	5	4	3	3	39
45	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	41
46	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	41
47	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	42
48	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	41
49	4	5	5	5	5	5	5	4	3	3	41
50	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	42
51	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	39
52	4	4	3	5	4	5	3	4	5	5	37
53	5	5	4	4	5	5	3	4	4	4	39
54	5	4	3	3	4	2	3	2	3	3	29
55	5	5	5	4	4	2	4	4	4	4	37
56	4	4	3	5	5	4	5	4	5	5	39
57	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	42
58	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	41
59	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	40
60	4	5	4	4	5	5	3	5	4	4	39

Variabel Identifikasi (X)

Jumlah responder	IDENTIFIKASI								total
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	
1	1	5	5	4	3	3	4	5	30
2	5	5	5	5	4	3	4	5	36
3	3	3	3	5	3	5	4	5	31
4	5	4	4	3	3	2	3	4	28
5	5	4	5	4	5	5	4	5	37
6	4	4	4	2	4	2	3	5	28
7	5	5	5	4	4	4	4	5	36
8	3	3	3	3	3	2	3	4	24
9	3	3	3	3	3	3	2	3	23
10	4	3	3	3	3	2	3	4	25
11	4	4	4	4	5	5	4	5	35
12	5	4	5	5	5	3	2	5	34
13	5	4	4	5	4	4	4	5	36
14	5	5	4	4	5	4	4	5	36
15	5	5	5	4	4	4	4	5	36
16	5	4	3	4	4	4	4	5	33
17	5	4	5	5	4	3	3	5	34
18	4	5	5	4	4	4	3	4	33
19	5	5	4	3	3	2	5	5	32
20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
21	5	5	5	5	5	5	5	5	40
22	5	4	4	4	5	5	4	5	36
23	5	4	4	5	5	5	5	5	38
24	5	5	5	4	4	3	5	5	36
25	5	5	5	4	4	5	5	5	38
26	5	5	5	5	5	4	5	5	39
27	5	4	4	5	5	3	5	5	36
28	5	5	5	5	5	5	5	5	40
29	5	4	5	5	5	5	5	5	39
30	5	5	4	5	5	5	5	5	39
31	5	5	5	5	5	5	5	5	40
32	4	4	4	4	4	2	4	4	30
33	5	5	5	5	4	3	4	5	36
34	5	5	5	5	3	4	5	5	37
35	5	4	5	4	5	4	5	4	36
36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
37	4	4	4	5	5	5	4	5	36
38	4	4	5	4	5	3	4	4	33
39	5	5	4	5	5	4	4	5	37
40	5	5	5	5	5	4	5	5	39
41	3	3	5	4	3	2	4	4	28
42	3	3	5	4	3	5	3	3	29
43	5	3	5	1	5	3	5	5	32
44	5	4	5	1	3	4	5	4	31
45	4	5	5	3	5	4	4	5	35
46	5	4	5	5	4	4	5	3	35
47	4	5	5	4	4	5	5	4	36
48	5	5	5	3	3	4	5	5	35
49	5	4	5	5	5	4	4	4	36
50	5	5	5	4	4	5	5	4	37
51	4	4	2	3	4	1	4	5	27
52	5	5	2	4	3	2	5	5	31
53	4	4	5	5	3	2	4	3	30
54	4	4	4	5	4	2	4	4	31
55	5	3	4	4	3	4	3	5	31
56	5	5	4	5	4	4	5	3	35
57	4	4	4	5	3	4	5	4	33
58	5	4	5	3	3	2	3	5	30
59	4	3	5	5	5	4	4	5	35
60	4	4	5	2	5	4	5	4	33

Lampiran 3. Uji validitas Instrumen

Variabel Identifikasi Tim (X)

Variabel Motivasi Konsumsi *Sport* (Y)

	TOTAL
Pearson Correlation	.605**
Sig. (2-tailed)	.000
N	60
Pearson Correlation	.643**
Sig. (2-tailed)	.000
N	60
Pearson Correlation	.518**
Sig. (2-tailed)	.000
N	60
Pearson Correlation	.563**
Sig. (2-tailed)	.000
N	60
Pearson Correlation	.695**
Sig. (2-tailed)	.000
N	60
Pearson Correlation	.723**
Sig. (2-tailed)	.000
N	60
Pearson Correlation	.638**
Sig. (2-tailed)	.000
N	60
Pearson Correlation	.462**
Sig. (2-tailed)	.000
N	60
Pearson Correlation	1
Sig. (2-tailed)	
N	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Variabel Motivasi Konsumsi *Sport* (Y)

	Total
Pearson Correlation	.514**
Sig. (2-tailed)	.000
N	60
Pearson Correlation	.664**
Sig. (2-tailed)	.000
N	60
Pearson Correlation	.621**
Sig. (2-tailed)	.000
N	60
Pearson Correlation	.306*
Sig. (2-tailed)	.017
N	60
Pearson Correlation	.581**
Sig. (2-tailed)	.000
N	60
Pearson Correlation	.477**
Sig. (2-tailed)	.000
N	60
Pearson Correlation	.646**
Sig. (2-tailed)	.000
N	60
Pearson Correlation	.688**
Sig. (2-tailed)	.000
N	60
Pearson Correlation	.567**
Sig. (2-tailed)	.000
N	60
Pearson Correlation	1
Sig. (2-tailed)	
N	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 4. Uji normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.34848500
Most Extreme Differences	Absolute	.155
	Positive	.058
	Negative	-.155
Test Statistic		.155
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.101
Point Probability		.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 5. Uji Linearitas Data

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Motivasi	Between Groups	(Combined)	573.873	16	35.867	3.217	.001
Konsumsi Sport		Linearity	391.805	1	391.805	35.139	.000
* Identifikasi Tim		Deviation from Linearity	182.069	15	12.138	1.089	.394
Within Groups			479.460	43	11.150		
Total			1053.333	59			

Lampiran 6. Distribusi Frekuensi Kuesioner

Umur

		umur			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	19-23 Tahun	21	35.0	35.0	35.0
	24-29 Tahun	31	51.7	51.7	86.7
	30-35 Tahun	7	11.7	11.7	98.3
	>35 Tahun	1	1.7	1.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative
					Percent
Valid	Laki-laki	57	95.0	95.0	95.0
	Perempuan	3	5.0	5.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative
					Percent
Valid	Wiraswasta	25	41.7	41.7	41.7
	PNS	2	3.3	3.3	45.0
	Wirausaha	7	11.7	11.7	56.7
	Pelajar/Mahasiswa	26	43.3	43.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

berdasarkan Persentase Seberapa Sering Menonton Pertandingan FC

Barcelona

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kurang dari 10% (4 pertandingan atau kurang)	5	8.3	8.3	8.3
	10-50% (4 sampai 19 pertandingan)	17	28.3	28.3	36.7
	Lebih dari 50% (19 sampai 38 pertandingan)	38	63.3	63.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Berdasarkan Jumlah Jersey yang Dimiliki

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3 atau kurang	14	23.3	23.3	23.3
	3 sampai 5	19	31.7	31.7	55.0
	Lebih dari 5	27	45.0	45.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Berdasarkan Lamanya Menjadi Penggemar FC Barcelona

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3 tahun atau kurang	4	6.7	6.7	6.7
	3 sampai 5 tahun	8	13.3	13.3	20.0
	lebih dari 5 tahun	48	80.0	80.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Berdasarkan Seberapa Sering Responden Mengunjungi Situs Sosial Media Untuk Berbicara Tentang FC Barcelona

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak pernah	1	1.7	1.7	1.7
jarang	5	8.3	8.3	10.0
kadang-kadang	17	28.3	28.3	38.3
sebagian besar waktu	17	28.3	28.3	66.7
selalu	20	33.3	33.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Berdasarkan Seberapa Sering Responden Menggunakan Media Pribadi Untuk Membicarakan Hal Tentang FC Barcelona

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak pernah	6	10.0	10.0	10.0
jarang	14	23.3	23.3	33.3
kadang-kadang	17	28.3	28.3	61.7
sebagian besar waktu	16	26.7	26.7	88.3
selalu	7	11.7	11.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Berdasarkan Seberapa Sering Responden Menghabiskan Waktu Untuk Membaca/Menonton Tablet, PC, SmartPhone Cerita Atau Video Yang Berhubungan Dengan FC Barcelona Dalam Sehari

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3 jam atau kurang	31	51.7	51.7	51.7
3 hingga 5 jam	20	33.3	33.3	85.0
lebih dari 5 jam	9	15.0	15.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Berdasarkan Seberapa Sering Responden Menghabiskan waktu Untuk Menonton Cerita Atau Video Terkait FC Barcelona Di TV Dalam Sehari

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3 jam atau kurang	36	60.0	60.0	60.0
3 sampai 5 jam	19	31.7	31.7	91.7
lebih dari 5 jam	5	8.3	8.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Lampiran 7. Uji Korelasi *Product Moment*

		Correlations	
		Identifikasi Tim	Motivasi Konsumsi Sport
Identifikasi Tim	Pearson Correlation	1	.610**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	60	60
Motivasi Konsumsi Sport	Pearson Correlation	.610**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).