

ABSTRAK

Fenomena naturalisasi atlet sepak bola menjadi isu yang banyak diperbincangkan di Indonesia karena memunculkan berbagai persepsi di kalangan masyarakat, baik berupa persepsi ancaman (Perceived Threats) maupun persepsi manfaat (Perceived Benefits). Selain itu, Perceived Team Prestige dan Social Media Engagement juga dipandang sebagai faktor yang memengaruhi niat masyarakat untuk membeli jersey resmi Tim Nasional Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Perceived Threats, Perceived Benefits, Perceived Team Prestige, dan Social Media Engagement terhadap Purchase Intention dengan Athlete Brand Image dan Team Identification sebagai variabel mediasi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 200 penggemar Tim Nasional Indonesia. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online menggunakan skala Likert 1–10. Data dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan software AMOS. Analisis meliputi uji validitas, reliabilitas, normalitas, goodness of fit, serta pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh langsung, tidak langsung, dan total antarvariabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perceived Threats berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Athlete Brand Image dan Team Identification. Sebaliknya, Perceived Benefits, Perceived Team Prestige, dan Social Media Engagement berpengaruh positif dan signifikan terhadap Athlete Brand Image dan Team Identification. Selain itu, Athlete Brand Image dan Team Identification terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Purchase Intention, dengan Team Identification menjadi variabel yang memberikan pengaruh paling besar. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan citra atlet, penguatan identifikasi penggemar terhadap tim nasional, komunikasi yang efektif mengenai manfaat naturalisasi, serta optimalisasi interaksi melalui media sosial merupakan strategi penting dalam meningkatkan niat masyarakat untuk membeli jersey resmi Tim Nasional Indonesia.

Kata kunci: *Perceived Threats, Perceived Benefits, Perceived Team Prestige, Social Media Engagement, Athlete Brand Image, Team Identification, Purchase Intention.*