

Abstrak

Grup musik asal Korea Selatan, BLACKPINK, melaksanakan konser di Stadion Utama Gelora Bung Karno pada 11-12 Maret 2023, mendatangkan total 140.000 penonton. Fenomena ini menjadi perbincangan karena memberikan dampak yang besar. Kerumunan penonton menciptakan pengalaman yang berkesan dan meningkatkan keinginan untuk menonton konser BLACKPINK kembali di Jakarta. Bertujuan untuk menganalisis pengaruh Perceived Crowding terhadap Memorable Experience (MME) dan Behavioral Intention dengan variabel moderasi Fandom menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini mengumpulkan 403 responden dan datanya diolah dengan uji mean, standar deviasi, diskriminan, EFA (Exploratory Factor Analysis), CFA (Confirmatory Factor Analysis), dan Multiple Group Analysis (MGA) menggunakan software SPSS dan AMOS. Hasilnya adalah terbukti pengaruh signifikan antara keempat variabel dan peran variabel moderasi level Fandom yang tinggi dapat memperkuat dan meningkatkan hubungan dengan MME. Berikutnya, penelitian dapat dikembangkan lagi dengan memilih letak geografis yang lebih spesifik dan meneliti konteks yang berbeda. Melalui penelitian ini kami harap dapat membantu para pembaca, akademisi, dan pelaku event untuk memperhatikan kerumunan dalam sebuah event.

Kata Kunci: *perceived crowding, memorable experience, behavioral intention, variabel moderasi, fandom, BLACKPINK, konser*



Abstract

BLACKPINK, a South Korean music group, held a concert at the Gelora Bung Karno Main Stadium on March 11-12, 2023, bringing in a total of 140,000 audiences. This phenomenon became the talk of the town because it had a big impact. The crowd created a memorable experience and increased the desire to watch the BLACKPINK concert again in Jakarta. Aims to analyze the effect of Perceived Crowding on Memorable Experience (MME) and Behavioral Intention with moderating variable Fandom using a quantitative approach. This study collected 403 respondents and the data was processed mean test, standard deviation test, discriminant validity test, EFA test, CFA test, and MGA test using SPSS and AMOS. The result is that there is a significant influence between the four variables and the role of the moderating variable of high Fandom level can strengthen and improve the relationship with MME. Next, the research can be further developed by choosing a more specific geographical location and examining a different context. Through this research we hope to help readers, academics, and event actors to pay attention to the crowd in an event.

Keyword: *perceived crowding, memorable experience, behavioral intention, moderating variable, fandom, BLACKPINK, concert*

