

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMILIHAN RAKET MEREK YONEX
PEMAIN BULUTANGKIS DI SEKOLAH BULUTANGKIS RAJAWALI
YOGYAKARTA**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan



Oleh :

Fahisyah Urba Rahmanda

18601241104

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN JASMANI KESEHATAN DAN REKREASI
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

2022

LEMBAR PERSETUJUAN

Tugas Akhir Skripsi dengan Judul

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMILIHAN RAKET MEREK YONEX
PEMAIN BULUTANGKIS DI SEKOLAH BULUTANGKIS RAJAWALI
YOGYAKARTA**

Disusun Oleh:

Fahisyah Urba Rahmanda
NIM 18601241104

telah memenuhi syarat dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk
dilaksanakan Ujian Akhir Skripsi bagi yang
bersangkutan,

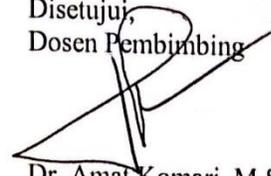
Yogyakarta, Juli 2022

Mengetahui,
a.n. Ketua Program Studi



Dr. Hedi Ardiyanto Hermawan, S.Pd., M.Or
NIP. 197702182008011002

Disetujui,
Dosen Pembimbing



Dr. Amat Komari, M.Si.
NIP. 196204221990011001

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fahisyah Urba Rahmanda
NIM : 18601241104
Program Studi : Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi
Judul TAS : Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Raket Merek
Yonex Pemain Bulutangkis Di Sekolah Bulutangkis
Rajawali Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Yogyakarta, 04 Agustus 2022
Yang Menyatakan,



Fahisyah Urba Rahmanda
NIM. 18601241104

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Skripsi

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMILIHAN RAKET MEREK YONEX
PEMAIN BULUTANGKIS DI SEKOLAH BULUTANGKIS RAJAWALI
YOGYAKARTA**

Disusun Oleh:

Fahisyra Urba Rahmanda
NIM 18601241104

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi Program Studi
Pendidikan Jasmani Kesehatan Dan Rekreasi
Pada Tanggal, 10 Agustus 2022

TIM PENGUJI

Nama/Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Dr. Amat Komari, M. Si Ketua Penguji/Pembimbing		22 23 Agustus
Danang Pujo Broto, S. Pd. Jas., M. Or Sekertaris		23/08-22
Dr. Hedi Ardiyanto H. S. Pd., M. Or Penguji		23/08-22.

Yogyakarta, Agustus 2022
Fakultas Ilmu Keolahragaan
Dekan,


Prof. Dr. Wawan Sundawan Suherman, M.Ed.
NIP. 196407071988121001 

MOTTO

Tidak usah khawatir, semua sudah ada jalannya. Tetaplah berjuang karena jalan
masih panjang.
(Fahisyah Urba Rahmanda)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur, karya terbaik ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Baiman dan Ibu Maenah yang dengan segenap jiwa dan raga beliau selalu membimbing, memberi arahan, nasehat, semangat, motivasi, kasih sayang, do'a, serta pengorbanan yang tak ternilai harganya, dan juga untuk saudara saya yang selalu memberi inspirasi, semangat, dan motivasi.
2. Wanita cantik yang berhati baik yang telah menemani dan selalu memberikan motivasi sehingga karya ini dapat saya selesaikan dengan baik.

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMILIHAN RAKET MEREK YONEX PEMAIN BULUTANGKIS DI SEKOLAH BULUTANGKIS RAJAWALI YOGYAKARTA

Oleh:

Fahisyah Urba Rahmanda
NIM 18601241104

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi pemilihan raket merek Yonex pemain bulutangkis di sekolah bulutangkis Rajawali Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode sampling jenuh. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemain bulutangkis yang ada di sekolah bulutangkis Rajawali Yogyakarta yang berjumlah 31 pemain. Instrumen yang digunakan adalah menggunakan angket. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif, yang dibuat menjadi 5 kategori, yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, sangat rendah.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, penelitian ini menyimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi pemain bulutangkis (X) terhadap memilih raket bulutangkis merek Yonex (Y) yaitu faktor sosial (X1) berpengaruh tinggi sebanyak 16 pemain (51.6%), faktor kepribadian (X2) berpengaruh sedang sebanyak 15 pemain (48.4%), faktor psikologis (X3) berpengaruh sedang sebanyak 22 pemain (71.0%), faktor harga (X4) berpengaruh sangat tinggi sebanyak 12 pemain (38.7%), dan faktor kualitas produk (X5) berpengaruh sangat tinggi sebanyak 18 pemain (58.1%).

Kata Kunci: Faktor yang mempengaruhi, pemain bulutangkis, raket Yonex

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, atas segala limpahan nikmat dan rahmat-Nya sehingga penyusunan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Raket Merek Yonex Pemain Bulutangkis Di Sekolah Bulutangkis Rajawali Yogyakarta” dapat diselesaikan dengan lancar.

Selesainya penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini disampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Amat Komari, M.Si. selaku Pembimbing Skripsi yang telah ikhlas memberikan ilmu, tenaga, dan waktunya untuk selalu memberikan yang terbaik dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Hedi Ardiyanto Hermawan, S.Pd., M.Or selaku Sekertaris Jurusan POR, Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Amat Komari, M.Si., Bapak Danang Pujo Broto, S.Pd.Jas., M.Or., Bapak Dr. Hedi Ardiyanto Hermawan, S.Pd., M.Or., selaku Ketua Penguji, Sekertaris Penguji, dan Penguji Utama yang telah memberikan koreksi perbaikan serta komperhensif terhadap TAS ini.
4. Bapak Caly Setiawan, S.Pd., M.S., Ph.D., selaku Pembimbing Akademik yang telah ikhlas memberikan ilmu, tenaga, dan waktunya untuk selalu memberikan yang terbaik selama ini.

5. Bapak Prof. Dr. Wawan Sundawan Suherman, M.Ed. selaku Dekan Fakultas Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan persetujuan pelaksanaan Tugas Akhir Skripsi.
6. Pelatih serta pengurus sekolah bulutangkis Rajawali Yogyakarta yang telah memberikan izin dan membantu dalam penelitian.
7. Teman-teman kelas PJKR D 2018, terima kasih atas kebersamaannya dan pengalaman yang berharga, mohon maaf bila saya mempunyai banyak salah.
8. Seluruh sahabat-sahabat yang telah memberikan bantuan kepada saya selama menimba ilmu di Universitas Negeri Yogyakarta.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu saya selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan mendapat balasan yang melimpah oleh Tuhan Yang Maha Kuasa. Walaupun sebesar biji sawi, diharapkan karya ini menjadi informasi yang bermanfaat bagi para pembaca yang budiman.

Yogyakarta, 04 Agustus 2022

Penulis,



Fahisyah Urba Rahmanda
NIM. 18601241104

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Lembar Persetujuan	ii
Lembar Pernyataan	iii
Surat Pengesahan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Abstrak	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Pembatasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	6
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori	8
1. Sejarah Bulutangkis	8
2. Hakikat Permainan Bulutangkis	8
3. Manfaat Permainan Bulutangkis	9
4. Raket Bulutangkis	10
5. Merek Raket Bulutangkis	13
6. Pengertian Perilaku Konsumen	14
7. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	15
B. Penelitian Yang Relevan	22
C. Kerangka Berpikir	23
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Desain Penelitian	25
B. Tempat dan Waktu Penelitian	25
C. Populasi dan Sampel Penelitian	25
D. Definisi Operasional Variabel	26
E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	26
F. Validitas dan Reliabilitas	30

G. Teknik Analisis Data	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Hasil Penelitian	35
B. Hasil Pembahasan	35
C. Pembahasan.....	44
D. Keterbatasan Penelitian	47
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	48
B. Implikasi	48
C. Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN-LAMPIRAN	52

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Skor Alternatif Jawaban	27
Tabel 2. Kisi-kisi Angket Sebelum Uji Coba	29
Tabel 3. Uji Validitas Instrumen	30
Tabel 4. Interpretasi Reliabilitas	32
Tabel 5. Uji Realibilitas	33
Tabel 6. Norma Penelitian	33
Tabel 7. Sumbangan Presentase Per faktor	36
Tabel 8. Deskripsi Pengkategorian Data Faktor Sosial	37
Tabel 9. Deskripsi Hasil Pengkategorian Faktor Kepribadian	39
Tabel 10. Deskripsi Hasil Pengkategorian Faktor Psikologis	40
Tabel 11. Deskripsi Hasil Pengkategorian Faktor Harga	42
Tabel 12. Deskripsi Hasil Pengkategorian Faktor Kualitas Produk	43

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Raket Bulutangkis	11
Gambar 1. Merek raket Bulutangkis	13
Gambar 3. Kerangka Berfikir	24
Gambar 4. Diagram Batang Presentase Per Faktor	36
Gambar 5. Diagram Batang Presentase Faktor Sosial	38
Gambar 6. Diagram Batang Presentase Faktor Kepribadian	40
Gambar 7. Diagram Batang Presentase Faktor Psikologis	41
Gambar 8. Diagram Batang Presentase Faktor Harga	43
Gambar 9. Diagram Batang Presentase Faktor Kualitas Produk	44

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kartu Bimbingan	53
Lampiran 2. Surat Izin Penelitian	54
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	55
Lampiran 4. Uji Instrumen	56
Lampiran 5. Angket Penelitian	66
Lampiran 6. Tabulasi Data	69
Lampiran 7. Olah Data Per Faktor	70
Lampiran 8. Dokumentasi	76

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bulutangkis merupakan salah satu cabang olahraga yang populer dan banyak digemari masyarakat baik di Indonesia maupun di seluruh dunia. Permainan bulutangkis dapat dimainkan secara tunggal maupun ganda. Permainan ini dimainkan dengan menggunakan raket sebagai alat pemukul dan shuttlecock sebagai alat yang dipukul. Lapangan berbentuk segi empat yang dibatasi oleh net untuk memisahkan antara daerah permainan sendiri dan daerah permainan lawan. Menurut Depdikbud (1978/1979:129) menyatakan bulutangkis salah satu cabang olahraga yang termasuk ke dalam kelompok olahraga permainan, dapat dimainkan di dalam maupun di luar ruangan di atas lapangan yang di batasi dengan garis-garis dalam ukuran yang panjang dan lebar yang sudah ditentukan.

Sebagai olahraga yang banyak digemari oleh masyarakat, banyak industri serta perusahaan dalam bidang peralatan bulutangkis yang muncul. Bulutangkis memberikan peluang bisnis yang sangat besar bagi industri dan perusahaan yang bergerak dibidang peralatan bulutangkis. Salah satu peralatan penting dalam bulutangkis adalah raket. Persaingan yang ketat antara pemain bulutangkis membuat para pemain memerlukan peralatan yang berkualitas. Banyaknya perusahaan yang menjual peralatan bulutangkis di Indonesia menyebabkan terjadinya persaingan guna menarik konsumen untuk menggunakan produknya. Banyaknya merek raket bulutangkis, dengan kualitas serta kenyamanan yang terjamin serta harga yang

terjangkau membuat para pemain mempunyai variasi dalam memilih raket yang sesuai dengan keinginan mereka. Hal ini membuat perusahaan merek raket bulutangkis yang beredar di Indonesia berlomba-lomba untuk menyediakan raket yang berkualitas.

Bulutangkis menjadi salah satu cabang olahraga yang banyak digemari oleh masyarakat hampir diseluruh penjuru dunia, dan tidak sedikit masyarakat yang menjadikan bulutangkis sebagai sebuah hobi. Hal tersebut dikarenakan bulutangkis dapat dimainkan oleh berbagai kelompok umur, dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa. Saat ini banyak masyarakat yang menjadikan bulutangkis sebagai olahraga untuk menjaga dan mempertahankan kebugarann tubuh, sehingga banyak kejuaraan yang diadakan setiap tahunnya untuk ajang penyaluran bakat maupun prestasi ditiap daerah.

Di Yogyakarta antusias masyarakat dalam bermain bulutangkis sangat tinggi, hal ini dapat dilihat dari banyaknya klub-klub bulutangkis dan lapangan bulutangkis yang ada di Yogyakarta. Banyak anak-anak yang mengikuti sekolah bulutankis guna untuk meningkatkan kemampuan dalam bermain bulutangkis mereka. Antusias masyarakat juga sangat tinggi untuk bermain bulutangkis, karena permainan bulutangkis tidak sulit untuk dimainkan, banyak masyarakat memilih bermain bulutangkis untuk mengisi waktu luang dan juga menjadikannya sebagai sarana untuk berolahraga. Antusias masyarakat yang tinggi untuk bermain bulutangkis, dan semakin banyaknya merek raket yang ada dipasaran memberikan banyak pilihan untuk para pemain dalam memilih merek raket yang sesuai dengan keinginan mereka.

Di Indonesia ada banyak merek raket bulutangkis yang dapat dipilih sesuai dengan pilihan dan keinginan pemain bulutangkis, setiap pemain memiliki kriteria tersendiri dalam memilih merek raket. Faktor yang dapat mempengaruhi pemain dalam memilih raket bulutangkis, dapat dilihat berdasarkan kualitas produk, harga, kenyamanan, dan lain-lain. Berdasarkan brand raket bulutangkis yang beredar di Indonesia membuktikan bahwa pentingnya peran brand yaitu sebagai pengidentifikasi produk, mempermudah pengaturan produk, menawarkan perlindungan hukum, penentu kualitas, aset, serta mengamankan harga. Menurut hasil survey Top Brand Award tahun 2021 merek raket yang banyak diminati masyarakat yaitu Yonex, Kawasaki, Astec, Triple'S, dan Victor. Dari beberapa merek raket tersebut, merek raket yang paling banyak diminati adalah raket merek Yonex.

Kelebihan raket merek Yonex diantaranya adalah: (1) Daya tahan raket bulutangkis merek Yonex secara fisik awet dan tidak gampang rusak, (2) Raket bulutangkis merek Yonex memiliki kualitas yang lebih unggul dan tahan cuaca panas, (3) Bahan raket bulutangkis merek Yonex lebih baik dan tak mudah bengkok, (4) Tempat service raket Yonex mudah di temukan, (5) Raket bulutangkis merek Yonex lebih mudah di beli di toko-toko olahraga di bandingkan merek lain, (6) Raket bulutangkis merek Yonex memiliki batang raket yang lentur, dan (7) Raket bulutangkis merek Yonex memiliki tarikan senar yang cukup kuat. Sedangkan kekurangan raket merek Yonex diantaranya adalah: (1) Harga yang relatif lebih mahal, (2) Resiko barang tiruan tinggi, dan (3) Raket bulutangkis merek Yonex lebih berat dibandingkan dengan merek lain.

Salah satu sekolah bulutangkis yang ada di Yogyakarta adalah sekolah bulutangkis Rajawali Yogyakarta. Sekolah bulutangkis Rajawali Yogyakarta berdiri sejak tahun 2008. Sekolah bulutangkis Rajawali Yogyakarta beralamat di Munggur RT03, Srimartani, Piyungan, Bantul, Yogyakarta. Sekolah bulutangkis Rajawali Yogyakarta menampung anak yang memiliki bakat dan ingin berprestasi dalam olahraga bulutangkis. Saat ini, sekolah bulutangkis Rajawali Yogyakarta sudah menghasilkan beberapa anak yang menjuarai berbagai macam pertandingan, seperti kejuaraan daerah (KEJURDA), kejuaraan kota (KEJURKOT), djarum multi event (DMC), dan masih banyak lagi. Beberapa anak didik sekolah bulutangkis Rajawali berhasil masuk ke PUSDIKLAT PB Djarum Kudus dan PB Jayaraya Jakarta. Sekolah bulutangkis Rajawali Yogyakarta memiliki 4 pelatih yaitu: Cut Tria, Bayu, Rifki, dan Angga.

Saat ini sekolah bulutangkis Rajawali Yogyakarta memiliki 2 tempat latihan yaitu di Keparakan Lor Yogyakarta dan Piyungan. Jadwal latihan di Keparakan Lor setiap hari Selasa, Kamis, Jumat, dan Minggu. Sedangkan jadwal latihan di Piyungan dilaksanakan pada hari Selasa, Rabu, dan Minggu. Sarana dan prasarana yang dimiliki oleh sekolah Rajawali Yogyakarta yaitu tersedianya 3 lapangan yang terawat sehingga nyaman digunakan untuk berlatih, penerangan yang baik, terdapat tempat untuk menaruh peralatan latihan, ruang tunggu yang bersih, terdapat mushola dan juga toilet serta area parkir yang luas.

Berdasarkan observasi yang dilakukan di sekolah bulutangkis Rajawali Yogyakarta, sebanyak 70 orang pemain bulutangkis, raket yang paling banyak

digunakan oleh pemain bulutangkis yaitu: Raket merek Yonex sebanyak 31 orang, raket merek Li-Ning sebanyak 18 orang, raket merek Victor sebanyak 12 orang, dan raket merek astec sebanyak 9 orang. Dari hasil observasi tersebut, merek raket yang paling banyak digunakan oleh pemain bulutangkis adalah merek 1. Yonex, lalu 2. Li-Ning, kemudian 3. Victor, dan terakhir 4. Astec.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, peneliti ingin mengetahui Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Raket Merek Yonex Pemain Bulutangkis Di Sekolah Bulutangkis Rajawali Yogyakarta guna mengetahui faktor yang mempengaruhi pemilihan raket pada pemain bulutangkis.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka muncul berbagai permasalahan yang perlu diperhatikan. Permasalahan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Banyak pemain bulutangkis yang menggunakan raket merek Yonex dibandingkan merek lain.
2. Mengetahui faktor yang mendominasi dalam mempengaruhi pemain bulutangkis memilih raket merek Yonex di sekolah bulutangkis Rajawali Yogyakarta.
3. Hasil observasi di sekolah bulutangkis Rajawali Yogyakarta, penggunaan raket merek Yonex lebih banyak dibandingkan dengan raket merek lain.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka peneliti memberikan batasan sebagai ruang lingkup dari penelitian yang akan dilakukan yaitu faktor yang

mempengaruhi pemilihan raket merek Yonex pada pemain bulutangkis di Sekolah Bulutangkis Rajawali Yogyakarta.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah di atas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: “Apa saja faktor yang mempengaruhi pemilihan raket merek Yonex pada pemain bulutangkis di Sekolah Bulutangkis Rajawali Yogyakarta?”.

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi pemilihan raket merek Yonex pada pemain bulutangkis di Sekolah Bulutangkis Rajawali Yogyakarta.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang diperoleh diharapkan bermanfaat antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi peneliti selanjutnya, dapat digunakan sebagai referensi atau pandangan dalam pelaksanaan penelitian yang sama di masa yang akan datang.
 - b. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dari perusahaan raket bulutangkis Yonex agar perusahaan dapat memberikan kualitas yang baik dan menerima keuntungan secara maksimal.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah pemahaman yang berguna bagi pemain bulutangkis mengenai faktor yang perlu diperhatikan dalam memilih raket bulutangkis merek Yonex.
- b. Bagi sekolah bulutangkis, diharapkan dapat memberikan sebuah pemahaman yang berguna bagi pemain bulutangkis mengenai faktor apa saja yang perlu diperhatikan dalam memilih raket bulutangkis merek Yonex, sehingga pemain bulutangkis mempunyai pemahaman tentang raket bulutangkis merek Yonex.
- c. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan manfaat mengenai jenis-jenis raket beserta kualitasnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Pustaka

1. Sejarah Permainan Bulutangkis

Permainan bulutangkis pertama kali dimainkan di Kerajaan Inggris pada abad XII, di Polandia dimainkan pada abad ke 17 dan di India permainan bulutangkis terkenal dengan sebutan poona. Pada saat India dijajah Inggris, tentara Inggris melihat permainan bulutangkis yang dilakukan dengan cara memukul bulu ayam yang ditancapkan pada gabus secara bolak balik oleh masyarakat India (Komari, 2018: 1).

Permainan bulutangkis masuk ke Indonesia pada tahun 1915-1920 dibawa oleh orang-orang Belanda. Bulutangkis juga dikenal dengan istilah badminton. Perkembangan bulutangkis mulai terlihat setelah kemerdekaan. Pada tahun 1947 bertempat di Jakarta berdirilah PORI (Persatuan Olahraga Republik Indonesia). Setelah itu pada tanggal 5 Mei 1951 dibentuklah PBSI (Persatuan Bulu Tangkis Seluruh Indonesia). Kemudian tahun 1953 Indonesia masuk di IBF (International Badminton Federastion).

2. Hakikat Permainan Bulutangkis

Menurut Subardjah (2000:13), permainan bulutangkis merupakan permainan yang bersifat individual, permainan ini dapat dilakukan dengan cara satu lawan satu (tunggal) atau dua lawan dua (ganda). Dalam permainan bulutangkis ada lima partai yang dimainkan, diantaranya tunggal putra, tunggal putri, ganda putra, ganda putri, dan ganda campuran. Permainan bulutangkis menggunakan raket sebagai alat pemukul dan

shuttlecock sebagai alat yang pukul, lapangan permainan berbentuk segi empat dan dibatasi oleh net untuk memisahkan antara daerah permainan sendiri dan daerah permainan lawan. Menurut Grice (dalam Arnanda, 2017: 10), bulutangkis dimainkan di udara dan tidak dipantulkan, sehingga membutuhkan gerak reflek yang baik. Tujuan permainan bulutangkis adalah berusaha menjatuhkan *shuttlecock* di daerah permainan lawan dan berusaha supaya lawan tidak mampu mengembalikan *shuttlecock* dan menjatuhkannya di daerah permainan sendiri. Bulutangkis adalah permainan bersifat individual yang dimainkan menggunakan raket pemukul sebagai alat pukul dan *shuttlecock* sebagai objek pukul, dimainkan di lapangan berbentuk segi empat dan dibatasi oleh garis dan net untuk memisahkan antara daerah sendiri dan daerah lawan (Bimantara dkk, 2022).

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa permainan bulutangkis adalah permainan yang dilakukan dengan cara memukul *shuttlecock* sampai melewati atas net menggunakan raket yang bertujuan untuk menjatuhkan *shuttlecock* di daerah permainan lawan dan berusaha mempertahankan agar lawan tidak bisa mengembalikan *shuttlecock* agar mendapatkan poin.

3. Manfaat Permainan Bulutangkis

Menurut Komari (2008: 47), orang yang melakukan olahraga bulutangkis akan mendapatkan manfaat bagi pertumbuhan dan perkembangan serta tantangan emosional dan memupuk jiwa sosial. Permainan bulutangkis juga membuat seseorang harus bergerak melompat sampai menangkis *shuttlecock*. Gerakan seperti ini bisa melatih kondisi fisik. Gerakan kaki melompat dan tangan menangkis mampu melatih otot

tulang, meningkatkan kekuatan dan kelenturan otot paha, otot lengan dan otot punggung.

Menurut Subardjah (2000: 17), bulutangkis merupakan cabang olahraga yang membutuhkan daya tahan keseluruhan. Bulutangkis membuat tubuh seseorang tetap aktif bergerak sehingga akan meningkatkan mobilitas tubuh. Dari pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa bulutangkis memiliki banyak manfaat bagi pertumbuhan dan perkembangan. Bulutangkis dapat meningkatkan daya tahan, kekuatan otot kaki dan lengan, serta dapat meningkatkan emosional dan sosial.

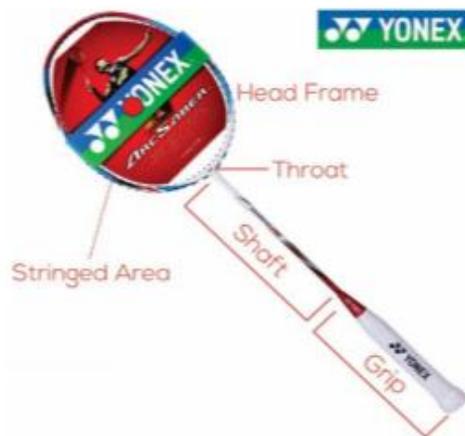
4. Raket Bulutangkis

Menurut Alhusin (2007: 11-12), dulu raket terbuat dari kayu, saat ini raket terbuat dari alumunium, bagan grafit, dan karbon. Ukuran panjang raket 66-68 cm dan lebar kepala 20-22 cm, dan berat raket berbahan karbon yaitu 85 gram. Di tengah daun raket terdapat senar (string) agar raket bisa memantaul dengan shuttlecock pada saat dipukul. Bahan senar ada yang terbuat dari nilon dan ada juga yang terbuat dari usus domba (gut), tetapi harga dari gut lebih mahal dibandingkan dari bahan nilon. Senar pada raket bulutangkis berukuran 0,7-0,8 mm.

Menurut Sukma Aji (dalam Abdurrochim, 2020: 10), raket terbuat dari bahan alumunium, grafit, dan karbon. Senar yang baik adalah senar yang bisa dipasang sekencang-kencangnya tetapi tidak mudah putus (dengan tarikan 21-24 ukuran kekencangan raket). Sedangkan menurut Subardjah (2000: 54), raket harus berukuran panjang tidak lebih dari 68 cm, kepala raket mempunyai panjang tidak lebih dari 23 cm. Permukaan raket yang dipasang senar berukuran tidak boleh lebih dari panjang 28

cm dan lebar 22 cm. Sedangkan menurut Alhusin (2007: 12), raket standar memiliki ukuran panjang 66-68 cm dan lebar kepala 22 cm.

Pegangan raket (grip) merupakan bagian dari raket yang dimaksudkan untuk digenggam oleh pemain bulutangkis, dimana pegangan raket ini mempunyai ukuran yang bervariasi dari kecil hingga besar. Daerah senar (stringed area) merupakan bagian dari raket yang dimaksudkan dimana seorang pemain dapat memukul shuttlecock sedangkan batang raket (shaft) merupakan poros penghubung antara pegangan dengan kepala raket. Biasanya bagian throat merupakan bagian yang menghubungkan antara kepala dengan batang raket, namun dengan berjalannya waktu, bagian throat mulai ditinggalkan dan bagian throat telah dimanipulasi sedemikian rupa serta sudah menjadi satu kesatuan dengan batang raket (Gambar 2.1). Bagian throat ini biasanya terdapat pada model-model raket konvensional dengan model terdahulu.



Gambar 1. Raket Bulutangkis

Sumber : <https://123dok.com/document/q714rovy-skripsi-preferensi-konsumen-pemilihan-bulutangkis-surabaya-juniarto-nugroho.html>

Dalam pemilihan raket, pemain harus mengetahui lebih baik tentang informasi raket yang dicari. Apakah raket didesain untuk menghasilkan power atau kontrol. Berikut karakteristik jenis raket yang memberikan kontrol:

1. Lebih ringan (*lighter weight*)

Sebuah raket tanpa string, akan mempunyai berat 85-90 gram, kemungkinan raket ini baik untuk menghasilkan kontrol yang mempunyai titik keseimbangan (*balance point*) yang tidak terlalu tinggi. Berat dan keseimbangan raket akan berubah setelah raket dipasang string dan ditambahkan pelapis grip tambahan

2. Balance Point yang lebih rendah (*Lower balance point*)

Balance point diukur dari handle ke arah batang pada titik dimana raket akan seimbang apabila ditahan dengan jari. Balance point untuk raket yang kontrolnya lebih baik berkisar antara 275 – 280 mm.

3. Raket yang lebih kaku (*more stiffness*)

Berat dan keseimbangan raket dapat disesuaikan, tidak seperti halnya kekakuan raket. Jadi untuk memperoleh kekakuan yang sesuai, maka harus diukur dengan bermain menggunakan raket yang tingkat kekauannya berbeda untuk memperoleh pilihan yang tepat.

4. Struktur Frame yang berbeda

Para pemain merasakan getaran dari frame (*frame vibration*) dan hentakan dari frame (*frame shock*), jika bermain dengan menggunakan raket dengan frame yang sangat kaku. Sehingga cara paling efektif untuk menurunkan shock dan vibrasi ini yaitu dengan menambahkan 5 gram grommet stripe pada frame.

5. Konstruksi frame isometrik

Raket yang mempunyai sweet spot yang lebih besar di bagian atas frame yang datar dan mampu menghilangkan sedikit shock, tetapi lebih mudah mengalami vibrasi yang disebabkan oleh panjangnya string. Bentuk frame ini diyakini lebih banyak menghasilkan power, sehingga banyak pemain yang beralih dari bentuk frame yang konvensional.

5. Merek Raket Bulutangkis



Gambar 2. Merek raket Bulutangkis

Sumber : <https://123dok.com/document/q714rovy-skripsi-preferensi-konsumen-pemilihan-bulutangkis-surabaya-juniarto-nugroho.html>

Perkembangan raket bulutangkis yang semula berawal dari kayu dari tahun ke tahun semakin bervariasi, hingga menjadi bahan-bahan seperti grafit, karbon, titanium, dan aluminium. Setiap merek raket bulutangkis memiliki fitur dan keunggulan masing-masing yang dapat disesuaikan dengan gaya permainan pemain bulutangkis. Masing-masing merek raket bulutangkis memiliki desain yang bervariasi mulai dari warna sampai motif raket sehingga pemain dapat memilih raket sesuai dengan selera. Adapun beberapa merek raket bulutangkis yaitu Yonex, Li-Ning, Astec, Victor, Flypower dan lain-lain.

6. Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut Notoatmodjo (dalam Nofri & Hafifah, 2018), perilaku merupakan suatu aktivitas dan kegiatan organisme yang dilakukan, aktifitas bisa dilihat atau yang tak bisa dilihat oleh orang lain. Manusia bertindak atau beraktifitas disebabkan adanya kebutuhan untuk mencapai suatu tujuan. Dengan adanya kebutuhan akan timbul motivasi atau penggerak. Sehingga individu beraktifitas untuk mencapai tujuan dan akan mengalami suatu tingkat kepuasan. Menurut Swastha dan Handoko (2000: 10), perilaku konsumen (consumer behavior) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan menentukan kegiatan-kegiatan tertentu. Perilaku konsumen menyangkut masalah keputusan yang diambil seseorang dalam menentukan barang dan jasa. Konsumen mengambil banyak keputusan sebelum memutuskan untuk membeli sebuah barang. Perilaku konsumen adalah studi tentang unit pembelian (buying unit) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi dan pembuangan, barang, jasa, pengalaman serta ide-ide (Mowen, 2002: 13).

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan yang dilakukan oleh seseorang untuk menilai, memperoleh, dan menggunakan barang atau jasa melalui proses pembelian yang diawali dengan pengambilan keputusan yang menentukan tindakan-tindakan tersebut.

7. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Terdapat beberapa hal yang mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu barang atau produk. Mulai dari kualitas, harga, fungsi atau kegunaan, dan lain-lain. Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen adalah sebagai berikut:

a. Faktor Sosial

Menurut Kotler (2001: 176), faktor sosial merupakan pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hierarkis dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang serupa. Kelas sosial ditentukan oleh satu faktor tunggal, seperti pendapatan, tetapi diukur sebagai kombinasi dari pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kekayaan dan variabel lain. Dalam beberapa sistem sosial, anggota dari kelas yang berbeda memelihara peran tertentu dan tidak dapat mengubah posisi sosial mereka. Tingkah laku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, yaitu:

1. Kelompok

Menurut Kotler (2001: 179) menyatakan bahwa kelompok adalah dua orang atau lebih yang berinteraksi untuk mencapai sasaran individu atau bersama. Beberapa merupakan kelompok primer yang mempunyai interaksi reguler tapi informal seperti keluarga, teman, tetangga dan rekan sekerja. Beberapa merupakan kelompok sekunder, yang mempunyai interaksi lebih formal dan kurang reguler. Ini mencakup organisasi seperti kelompok keagamaan, asosiasi profesional dan serikat pekerja.

2. Keluarga

Keluarga merupakan kelompok utama yang paling berpengaruh terhadap perilaku seseorang. Kelompok sosial yang paling dominan dalam mempengaruhi perilaku konsumen, khususnya pada masyarakat yang memiliki budaya kekeluargaan. Para pemasar tertarik untuk mengetahui peran dan pengaruh dari anggota keluarga dalam pembelian berbagai produk atau jasa. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan telah diteliti secara mendalam, pemasar tertarik dalam peran dan pengaruh suami, istri, dan anak-anak pada pembelian berbagai produk dan jasa (Kotler, 2001: 182).

3. Peran dan Status

Peran dan status seseorang dalam suatu keluarga, klub atau organisasi mempengaruhi perilaku pembeliannya. Konsumen akan memilih produk yang dapat mengkomunikasikan peran dan status mereka dalam masyarakat. Menurut Kotler (2001: 183) menyatakan bahwa peran terdiri dari aktivitas yang diharapkan dilakukan seseorang menurut orang-orang yang ada disekitarnya. Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat. Orang sering memilih produk yang menunjukkan statusnya dalam masyarakat.

b. Faktor Kepribadian

Faktor kepribadian didefinisikan sebagai karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan (Kotler, 2001: 186). Keputusan membeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, yaitu:

1. Umur dan tahap daur hidup

Menurut Kotler (2001: 186), orang mengubah barang dan jasa yang mereka beli selama masa hidupnya. Selera akan makanan, pakaian, perabot, dan rekreasi sering kali berhubungan dengan umur. Membeli juga dibentuk oleh tahap daur hidup keluarga, tahap-tahap yang mungkin dilalui oleh keluarga sesuai dengan kedewasaannya. Pemasar sering menentukan sasaran pasar dalam bentuk tahap daur hidup dan mengembangkan produk yang sesuai serta rencana pemasaran untuk setiap tahap.

2. Pekerjaan

Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Menurut Kotler (2001: 187), menyimpulkan bahwa pemasar berusaha mengenali kelompok pekerjaan yang mempunyai minat di atas rata-rata akan produk dan jasa mereka. Sebuah perusahaan bahkan dapat melakukan spesialisasi dalam memasarkan produk menurut kelompok pekerjaan tertentu.

3. Situasi ekonomi

Situasi ekonomi sekarang akan mempengaruhi pilihan produk. Pemasar yang peka terhadap pendapatan mengamati kecenderungan dalam pendapatan pribadi, tabungan dan tingkat minat. Bila indikator ekonomi menunjukkan resesi, pemasar dapat mengambil langkah untuk merancang ulang, memposisikan kembali dan mengubah harga produknya (Kotler, 2001: 189).

4. Gaya hidup

Menurut Kotler (2001: 199), menjelaskan bahwa pola kehidupan seseorang yang diwujudkan dalam aktivitas (pekerjaan, hobi, berbelanja, olahraga, kegiatan sosial),

minat (makanan, mode, keluarga, rekreasi) dan opini yang lebih dari sekedar kelas sosial dan kepribadian seseorang, gaya hidup menampilkan pola bereaksi dan berinteraksi seseorang secara keseluruhan di dunia.

5. Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian setiap orang jelas mempengaruhi tingkah laku membelinya. Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologi yang menyebabkan respons yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan dirinya sendiri. Kepribadian biasanya diuraikan dalam arti sifat-sifat seperti rasa percaya diri, dominasi, kemudahan bergaul, otonomi, mempertahankan diri, kemampuan menyesuaikan diri, dan keagresifan (Kotler, 2001: 191). Kepribadian dapat bermanfaat untuk menganalisis tingkah laku konsumen untuk pemilihan produk atau merk tertentu.

c. Faktor Psikologis

Faktor psikologis merupakan faktor yang dipengaruhi oleh motivasi dan persepsi dalam pilihan pembelian suatu barang oleh seseorang.

1. Motivasi

Motivasi dapat diartikan sebagai kekuatan yang terdapat didalam individu manusia. Kekuatan tersebut dapat menghasilkan suatu keinginan untuk mendapatkan sesuatu kebutuhan yang belum terpenuhi. Kebutuhan yang cukup untuk mengarahkan seseorang mencari cara untuk memuaskan kebutuhan. Dalam urutan kepentingan, jenjang kebutuhannya adalah kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan, dan kebutuhan pengaktualisasian diri (Kotler, 2001: 194).

2. Presepsi

Presepsi adalah proses seseorang dalam memilih, mengatur, dan mengartikan masukan informasi untuk membuat suatu gambaran yang diterima oleh manusia. Seseorang yang termotivasi dapat melakukan suatu tindakan. Orang yang bertindak dapat dipengaruhi oleh presepsi mengenai situasi yang terjadi pada saat itu. Orang dapat membentuk persepsi berbeda dari rangsangan yang sama karena 3 macam proses penerimaan indera (Kotler, 2001: 196).

3. Pengetahuan

Pembelajaran dapat membuat perubahan dalam tingkah laku seseorang yang diperoleh dari pengalaman. Pentingnya teori dan praktik pengetahuan bagi pemasar adalah mereka dapat membentuk permintaan akan suatu produk dan menghubungkan dengan dorongan yang kuat, yang dapat membangkitkan motivasi dan memberikan peranan positif. Menurut Kotler (2001: 196), bahwa pembelajaran menggambarkan perubahan dalam tingkah laku individual yang muncul dari pengalaman. Pembelajaran berlangsung melalui saling pengaruh dorongan, rangsangan, petunjuk respon, dan pembenaran.

4. Keyakinan dan Sikap

Keyakinan dan sikap dapat diperoleh ketika melakukan pembelajaran. Keyakinan dan sikap dapat mempengaruhi tingkah laku pada saat membeli suatu barang. Keyakinan adalah pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang mengenai sesuatu. Keyakinan didasarkan pada pengetahuan yang sebenarnya, pendapat atau kepercayaan dan mungkin menaikkan emosi atau mungkin tidak. Sikap menguraikan

evaluasi, perasaan dan kecenderungan dari seseorang terhadap suatu obyek atau ide yang relatif konsisten. Sikap menempatkan orang dalam suatu kerangka pemikiran mengenai menyukai atau tidak menyukai sesuatu mengenai mendekati atau menjauhinya. Menurut Kotler (2001: 157), keyakinan adalah pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang mengenai sesuatu. Keyakinan ini mungkin didasarkan pada pengetahuan sebenarnya, pendapat atau kepercayaan dan mungkin menaikkan emosi dan mungkin tidak.

d. Harga

Harga dalam arti sempit berarti jumlah uang yang dibayarkan untuk mendapatkan suatu produk baik produk berupa barang maupun jasa. Sedangkan harga dalam arti luas adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan yang terdiri dari berbagai macam komponen untuk mendapatkan manfaat dan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk baik produk barang maupun jasa (Kotler dan Armstrong, 2018: 308). Menurut Mahmud Machfoed (dalam Rahmadhani, 2021:19) harga adalah jumlah uang yang dikenakan pada jasa. Harga secara luas ialah jumlah nilai yang ditukar oleh konsumen untuk memperoleh manfaat kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa. Sedangkan menurut Effendi M. Guntur (2010:281) harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atas jasa. harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan atau pemasukan bagi perusahaan serta bersifat fleksibel.

Konsumen dalam melakukan pembelian, faktor harga merupakan faktor yang lebih dulu diperhatikan, kemudian disesuaikan dengan kemampuannya sendiri. Harga dapat diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu: mahal, sedang, dan murah. Sebagian konsumen yang berpendapatan menengah menganggap bahwa harga yang ditawarkan mahal, namun konsumen yang berpendapatan tinggi beranggapan bahwa harga produk tersebut murah (Akhmad, 1996: 26).

e. Kualitas Produk

Setelah mempertimbangkan harga, konsumen juga mempertimbangkan kualitas produk yang akan di beli. Menurut Kotler dan Armstrong (2018: 249) “Kualitas produk adalah karakteristik yang dimiliki oleh suatu produk atau suatu layanan yang sesuai dengan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas produk juga merupakan salah satu alat pemosisian utama yang dimiliki produsen yang dapat menciptakan suatu nilai dan kepuasan”. Sedangkan kualitas produk menurut Assauri (2015:211) “Kualitas produk merupakan pernyataan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan. Kualitas produk menunjukkan ukuran tahan lamanya produk itu, dapat dipercayainya produk tersebut, ketepatan produk, mudah mengoperasikan dan memeliharanya serta atribut lain yang dinilai”.

Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan, maka dibutuhkan suatu metode. Standarisasi mutu bertujuan agar kualitas produk yang dihasilkan tidak menurun dan kualitasnya selalu memenuhi standar sehingga tidak menimbulkan kekecewaan atau hilangnya kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut.

Konsumen mengharapkan adanya kesesuaian antara harga dengan kualitas produk yang mereka terima. Dengan kualitas produk yang baik konsumen akan terpenuhi keinginan dan kebutuhannya akan suatu produk (Windoyo, 2009:3).

Terdapat dua dimensi dalam kualitas produk menurut Pride dan Ferrel (2010:317) yaitu level of quality dan consistency of quality.

1. Level of quality merupakan jumlah kualitas yang dimiliki oleh suatu produk. Hal ini menjelaskan bahwa kualitas suatu produk sulit untuk dijelaskan kecuali produk tersebut dibandingkan dengan produk lain.
2. Consistency of quality mengacu kepada sejauh mana suatu produk memiliki kualitas pada level yang sama dalam waktu yang lama. Konsistensi berarti memberikan konsumen kualitas yang mereka harapkan setiap ketika mereka membeli suatu produk.

B. Penelitian Yang Relevan

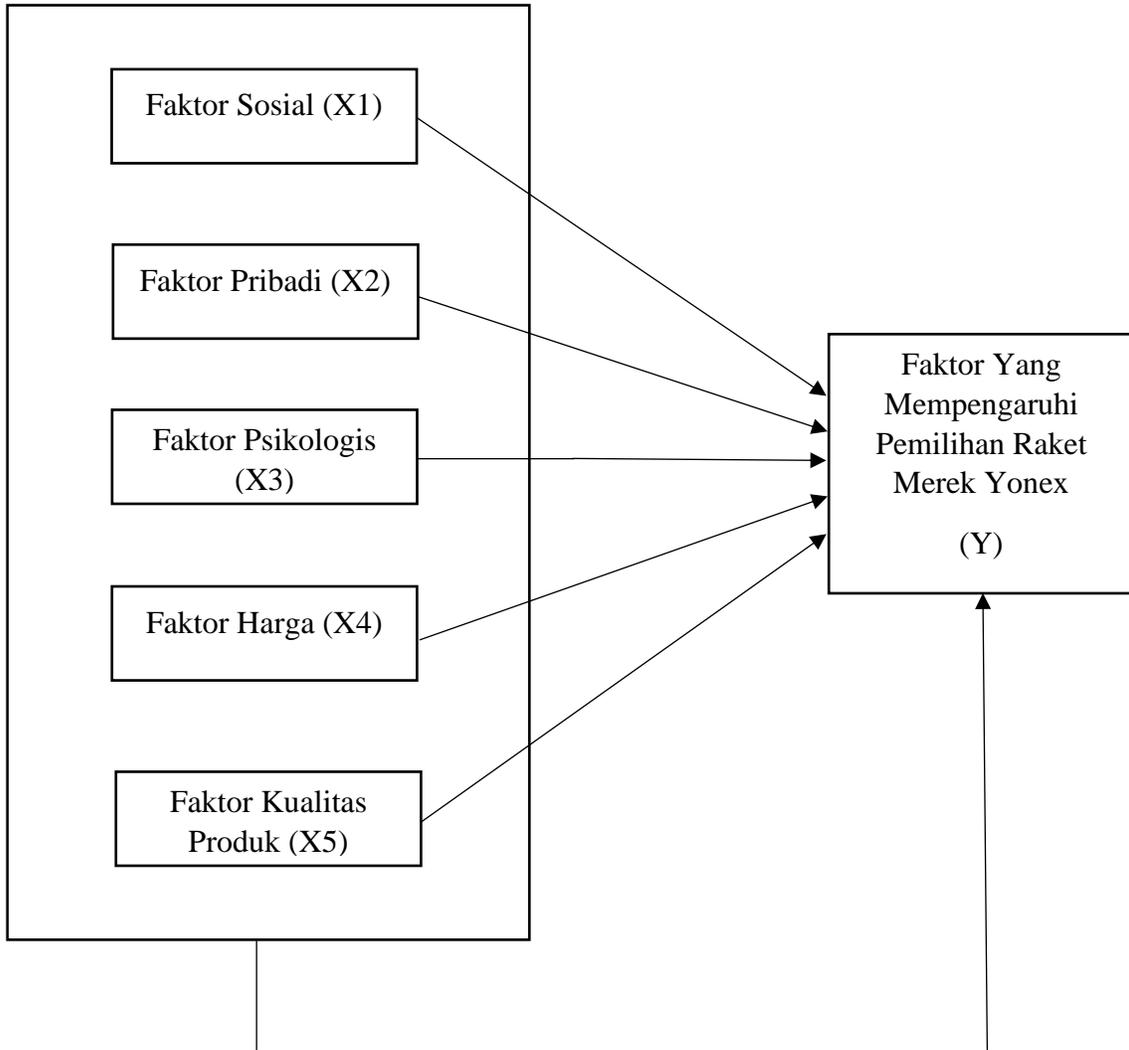
1. Penelitian yang dilakukan oleh Fahrul Rahmadhani (2021), judul “Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Kaos Merek Li-Ning Pada Pemain Bulutangkis Di Kabupaten Sleman”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi pemain bulutangkis memilih kaos bulutangkis merek Li-Ning di Kabupaten Sleman adalah sedang dengan pertimbangan frekuensi terbanyak berada pada kategori sedang dengan 45 orang atau 42,45%. Faktor yang mempengaruhi pemain bulutangkis memilih kaos bulutangkis merek Li-Ning di Kabupaten Sleman yang berkategori sangat tinggi 9 orang atau 8,49%, tinggi 16 orang atau 15,09%, sedang 45 orang atau 42,45%, rendah 36 orang atau 33,96% dan sangat rendah 0 orang atau 0,00%.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Corry Prisilia (2020), judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Ponsel Iphone”. Hasil

penelitian menunjukkan bahwa bahwa variabel kebudayaan, sosial, pribadi, serta psikologis secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Ponsel Iphone. Variabel kebudayaan, sosial, pribadi, serta psikologis secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Ponsel Iphone dengan $F_{test} = 36,184 > F_{tabel} 2,47$. Nilai $R^2 = 0,587$ artinya keputusan dalam membeli Ponsel Iphone dapat dijelaskan dengan variabel independen, yaitu faktor kebudayaan (X1), variabel faktor sosial (X2), variabel faktor pribadi (X3), serta variabel faktor psikologis (X4) sebesar 58,7%. Berdasarkan penelitian ini dapat dilihat bahwa tanggapan responden mengenai variabel psikologis adalah variabel dominan atau memiliki pengaruh yang paling dominan dibandingkan variabel lainnya.

C. Kerangka Berfikir

Banyaknya merek raket bulutangkis, dengan kualitas serta kenyamanan yang terjamin serta harga yang terjangkau membuat para pemain mempunyai variasi dalam memilih raket yang sesuai dengan keinginan mereka. Hal ini membuat perusahaan merek raket bulutangkis yang beredar di Indonesia berlomba-lomba untuk menyediakan raket yang berkualitas.

Namun ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsumen untuk memilih produk sesuai dengan yang mereka inginkan. Faktor tersebut diantaranya adalah faktor sosial, faktor pribadi, harga, kualitas produk, dan faktor psikologis. Semua faktor-faktor tersebut dapat berpengaruh terhadap suatu pemilihan barang yang akan dimiliki oleh konsumen. Dengan demikian ada faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan raket merek Yonex pada pemain bulutangkis.



Gambar 3. Kerangka Berfikir

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Winarno (2013: 56), penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan (memaparkan) peristiwa yang terjadi pada masa kini. Deskripsi peristiwa tersebut dilakukan secara sistematis yang menekankan pada pengungkapan data berdasarkan fakta yang diperoleh dari lapangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menentukan informasi dari suatu fenomena tertentu dan berusaha memberi gambaran secermat mungkin mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pemain bulutangkis memilih raket bulutangkis merek Yonex di Sekolah Bulutangkis Rajawali Yogyakarta.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian yaitu di sekolah bulutangkis Rajawali Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 08 Juni 2022 dengan menggunakan kuisioner.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2016: 80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah para pemain bulutangkis di Sekolah Bulutangkis Rajawali Yogyakarta, yang berjumlah 70 pemain.

2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:83), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penelitian ini menggunakan teknik *sampling jenuh*. Menurut Sugiyono (2016:85), pengertian *sampling jenuh* adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Pemilihan sampel dengan menggunakan teknik *sampling jenuh* karena semua sampel memiliki kriteria yang telah ditentukan oleh penulis. Sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemain bulutangkis yang menggunakan raket merek Yonex di Sekolah Bulutangkis Rajawali Yogyakarta. Di dalam penelitian ini, sampel yang dibutuhkan untuk pengumpulan data berjumlah 31 pemain, sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan raket merek Yonex pada pemain bulutangkis di Sekolah Bulutangkis Rajawali Yogyakarta yang dijabarkan melalui 35 butir pernyataan dengan menggunakan angket. Definisi operasional dalam penelitian ini adalah faktor yang mempengaruhi pemilihan raket bulutangkis dipengaruhi oleh faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, faktor harga, dan faktor kualitas produk.

E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan membagikan kuesioner kepada responden yang menjadi subjek dalam penelitian. Angket yang terdiri

dari 4 alternatif jawaban: SS (sangat setuju), S (setuju), TS (tidak setuju), STS (sangat tidak setuju). Alternatif jawaban pada setiap butir pertanyaan memiliki skor nilai 4, 3, 2, 1.

Tabel 1. Skor Alternatif Jawaban

Alternatif Jawaban	Skor Butir Soal	
	Positif	Negatif
Sangat Setuju	4	1
Setuju	3	2
Tidak Setuju	2	3
Sangat Tidak Setuju	1	4

Adapun mekanismenya sebagai berikut:

- 1) Peneliti mencari informasi tentang pemain bulutangkis yang menggunakan raket merek Yonex di Sekolah Bulutangkis Rajawali Yogyakarta
- 2) Peneliti datang ke tempat latihan bulutangkis
- 3) Peneliti membagikan kuesioner kepada responden, selanjutnya peneliti mengumpulkan kuesioner dan melakukan pengolahan dan analisis data
- 4) Setelah memperoleh data penelitian, peneliti mengambil kesimpulan dan saran berdasarkan hasil analisis data

2. Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan angket/kuisisioner sebagai instrumen penelitian. Menurut Winarno (2013: 99), kuisisioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang

digunakan untuk memperoleh informasi dari responden tentang suatu yang akan diteliti. Angket yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari Abdurrochim yang telah dimodifikasi oleh peneliti. Angket lalu diberikan pada sampel penelitian untuk mengumpulkan data yang sebenarnya.

Menurut Sugiono (2013: 7), ada 3 langkah pokok yang harus diperhatikan dalam menyusun instrumen yaitu: mendefinisikan konstruk, menyidik fakta yang menyusun butir-butir pertanyaan atau pernyataan.

a. Mendefinisikan konstruk

Konstruk dalam penelitian merupakan suatu tahapan yang bertujuan untuk memberikan batasan arti dari konstruk yang akan diteliti, dengan demikian nantinya tidak akan terjadi penyimpangan terhadap tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian.

b. Menyidik faktor

Menyidik faktor adalah suatu tahap yang bertujuan untuk menandai faktor-faktor yang disangka kemudian diyakini menjadi komponen dari konstruk yang akan diteliti.

c. Menyusun butir-butir pertanyaan

Menyusun butir-butir pertanyaan berdasarkan faktor-faktor yang menyusun konstruk. Faktor-faktor tersebut dijabarkan kedalam butir-butir pertanyaan/pernyataan yang dapat menggali informasi dari responden. Untuk memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai angket yang digunakan dalam penelitian.

Menyusun butir-butir pertanyaan berdasarkan faktor-faktor yang menyusun konstruk, faktor-faktor dijabarkan menjadi butir-butir pernyataan. Untuk memberikan

gambaran secara menyeluruh mengenai angket yang digunakan dalam penelitian ini, berikut disajikan kisi-kisi angket tersebut yang digunakan yaitu:

Tabel 2. Kisi Kisi Angket Uji Coba

Variabel	Faktor	Indikator	Nomer Butir Soal	Soal
	1. Faktor Sosial	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kelompok ➤ Keluarga ➤ Peran dan Status 	1,2,3,4,5,6,7	7
	2. Faktor Kepribadian	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pekerjaan ➤ Status Ekonomi ➤ Gaya Hidup ➤ Kepribadian 	8,9,10,11,12, 13,14	7
	3. Faktor Psikologis	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pengetahuan ➤ Keyakinan dan Sikap 	15,16,17,18,19, 20, 21,22	8
	4. Faktor Harga	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kesesuaian harga dengan kualitas produk ➤ Perbandingan harga dengan produk lain ➤ Keterjangkauan harga 	23,24,25,26,27, 28,29,30	8
	5. Faktor Kualitas Produk	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Daya tahan raket ➤ Kelebihan raket 	31,32,33,34,35, 36,37,38,39,40	10
Jumlah				40

3. Uji Coba Instrumen

Untuk mengetahui apakah item yang disusun itu merupakan instrumen yang valid dan absah maka diperlukan uji coba instrumen tersebut. Valid dan sah tidaknya

instrumen akan mempengaruhi benar tidaknya data yang diperoleh, maka uji coba instrumen ini dimaksudkan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas, untuk instrumen yang sudah teruji validitas dan reliabilitasnya baru dapat digunakan. Uji coba instrumen dalam penelitian ini mengambil 35 pemain bulutangkis yang di jadikan sampel penelitian, uji coba dilakukan pada tanggal 20 Mei 2022 dengan memberikan angket uji instrumen yang akan di isi oleh 35 responden yaitu pemain bulutangkis yang menggunakan raket bulutangkis merek Yonex.

F. Validitas dan Realibilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Menurut Arikunto (2015: 96), validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2016:121). Hasil uji validitas yang diperoleh dari hasil ujicoba instrument dilaksanakan dengan rumus korelasi person product momen dengan alat bantu SPSS versi 16.0. item angket dinyatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada nilai signifikansi 5%. Sebaliknya, item dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ pada nilai signifikansi 5%.

Tabel 3. Uji Validitas Instrumen

No. Soal	Sig. (2-tailed)	Keterangan
1	.002	VALID
2	.000	VALID

3	.001	VALID
4	.000	VALID
5	.000	VALID
6	.001	VALID
7	.002	VALID
8	.000	VALID
9	.000	VALID
10	.001	VALID
11	.000	VALID
12	.000	VALID
13	.000	VALID
14	.012	VALID
15	.000	VALID
16	.001	VALID
17	.000	VALID
18	.783	TIDAK VALID
19	.014	VALID
20	.000	VALID
21	.000	VALID
22	.000	VALID
23	.016	VALID
24	.000	VALID
25	.000	VALID
26	.000	VALID
27	.132	TIDAK VALID
28	.000	VALID
29	.001	VALID
30	.010	VALID
31	.005	VALID
32	.000	VALID
33	.000	VALID
34	.015	VALID
35	.003	VALID
36	.005	VALID
37	.116	TIDAK VALID
38	.017	VALID

39	.116	TIDAK VALID
40	.556	TIDAK VALID

2. Uji Realibilitas

Menurut Arikunto (2012: 74), reliabilitas instrumen mengacu pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik.

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ \frac{S_t^2 - \sum p_i q_i}{S_t^2} \right\}$$

Rumus KR. 20 (Sugiyono, 2012 :359)

Keterangan :

r_i : reliabilitas instrumen

k : jumlah item dalam *instrument*

S_t^2 : varians total

p_i : proporsi subjek mendapat skor 1

q_i : proporsi subjek mendapat skor 0 ($1 - p_i$)

Tabel 4. Interpretasi Reliabilitas (Sugiyono, 2012:356)

Rentang	Kriteria
0,000-0,199	Sangat Rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Cukup
0,600-0,799	Tinggi
0,800-1,000	Sangat Tinggi

Berdasarkan hasil uji realibilitas menggunakan rumus *Alpha Cornbath* melalui SPSS 16 menunjukkan bahwa butir pertanyaan sebesar 0,615. Sehingga tingkat realibilitas instrumen penelitian tinggi. Dapat disimpulkan bahwa kuesioner dalam penelitian ini adalah reliabel sehingga layak digunakan untuk pengambilan data penelitian.

Tabel 5. Uji Realibilitas

No	Variabel	Koefisien <i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
1	Faktor Sosial (X1)	0.615	Tinggi
2	Faktor Kepribadian (X2)	0.790	Tinggi
3	Faktor Psikologis (X3)	0.673	Tinggi
4	Faktor Harga (X4)	0.624	Tinggi
5	Faktor Kualitas Produk (X5)	0.585	Cukup

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif. Menurut Saifuddin Azwar (2010: 43) untuk menentukan kriteria skor dengan menggunakan Penelitian Acuan Norma (PAN) dalam skala tabel berikut:

Tabel 6. Norma Penilaian

No	Interval	Kategori
1	$M+1,5SD < X$	Sangat Tinggi
2	$M+0,5SD < X \leq M+1,5SD$	Tinggi
3	$M-0,5SD < X \leq M+0,5SD$	Sedang

4	$M-1,5SD < X \leq M-0,5SD$	Rendah
5	$X \leq M-1,5SD$	Sangat Rendah

Sumber: Saifuddin Azwar (2010: 43)

Keterangan :

M : Nilai rata-rata (Mean)

X : Skor

SD : Standar Deviasi

Sd : Standar devisiasi

X : Skor yang diperoleh

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Sekolah Bulutangkis Rajawali Yogyakarta yang berada di Kabupaten Bantul. Pengumpulan data pada penelitian ini melalui angket yang diberikan kepada responden. Penelitian dilakukan pada tanggal 08 Juni 2022, peneliti menghubungi pelatih untuk menyebarkan angket kepada responden yang sesuai dengan kriteria penelitian, yaitu pemain bulutangkis yang menggunakan raket merek Yonex di sekolah Bulutangkis Rajawali Yogyakarta.

B. Hasil Penelitian

Data hasil analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan raket merek Yonex pemain bulutangkis di sekolah Bulutangkis Rajawali Yogyakarta diperoleh dengan cara menyebarkan angket yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang berjumlah 35 pertanyaan, angket tersebut kemudian diisi oleh 31 responden yang masuk dalam kriteria penelitian yaitu pengguna raket bulutangkis merek Yonex. Data yang diperoleh dalam penelitian ini berbentuk skor yang berasal dari faktor-faktor yang sudah ditentukan (X) yaitu faktor sosial (X1), faktor pribadi (X2), faktor psikologis (X3), faktor harga (X4), dan faktor kualitas produk (X5).

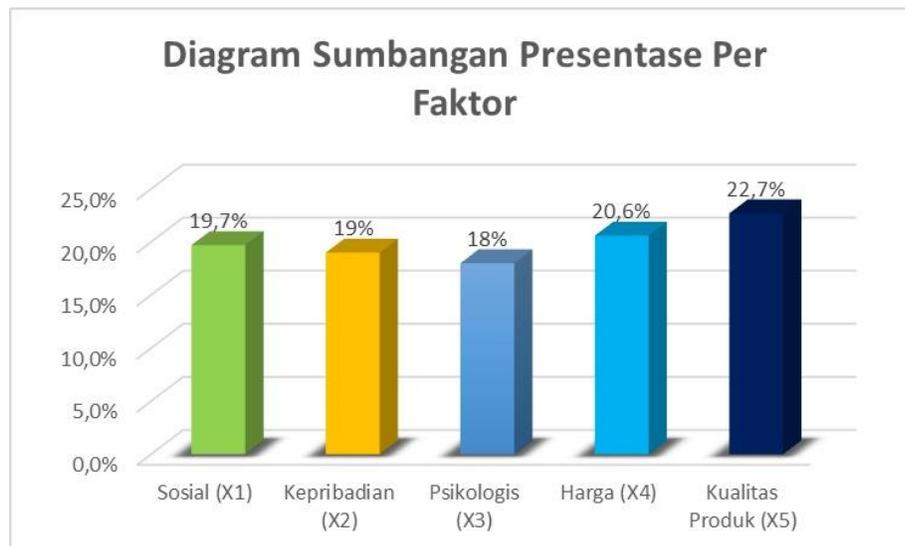
Dari seluruh data yang diperoleh, diketahui total nilai dan total presentase sumbangan masing-masing faktor yang berasal dari faktor-faktor yang telah ditentukan (X) yaitu faktor sosial (X1) total 624 dengan 19.7%, faktor pribadi (X2) total 601 dengan 19.0%, faktor psikologis (X3) total 569 dengan 18.0%, faktor harga (X4) total

653 dengan 20.6%, dan faktor kualitas produk (X5) total 717 dengan 22.7%. Adapun sumbangan presentase per faktor dijelaskan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 7. Sumbangan Presentase Per Faktor

NO	FAKTOR	TOTAL	PRESENTASE
1	Sosial (X1)	624	19.7%
2	Kepribadian (X2)	601	19.0%
3	Psikologis (X3)	569	18.0%
4	Harga (X4)	653	20.6%
5	Kualitas Produk (X5)	717	22.7%
Jumlah		3164	100.0%

Untuk memperjelas tabel sumbangan presentase per faktor, akan dijelaskan ke dalam bentuk diagram batang sebagai berikut:



Gambar 4. Diagram Batang Presentase Per Faktor

Dari hasil data statistik, dapat diketahui bahwa sumbangan terbesar dari analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan raket merek Yonex pada pemain bulutangkis di sekolah Bulutangkis rajawali Yogyakarta adalah faktor kualitas produk (X5) nilai total 717 dengan presentase 22.7%.

Hasil skor kuisioner pada pemain bulutangkis di sekolah Bulutangkis Rajawali Yogyakarta dari 31 responden yang di analisis dengan bantuan software *Microsoft Excel* dan *SPSS 16.0* diperoleh nilai faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan raket merek Yonex pada pemain Bulutangkis di sekolah Bulutangkis Rajawali Yogyakarta. Setelah hasil skor kuisioner diperoleh, dilakukan analisis per faktor. Analisis pengkategorian faktor yang mempengaruhi pemain (X), terdiri atas lima faktor, yaitu faktor budaya, faktor kepribadian, faktor psikologis, faktor harga, dan faktor kualitas produk.

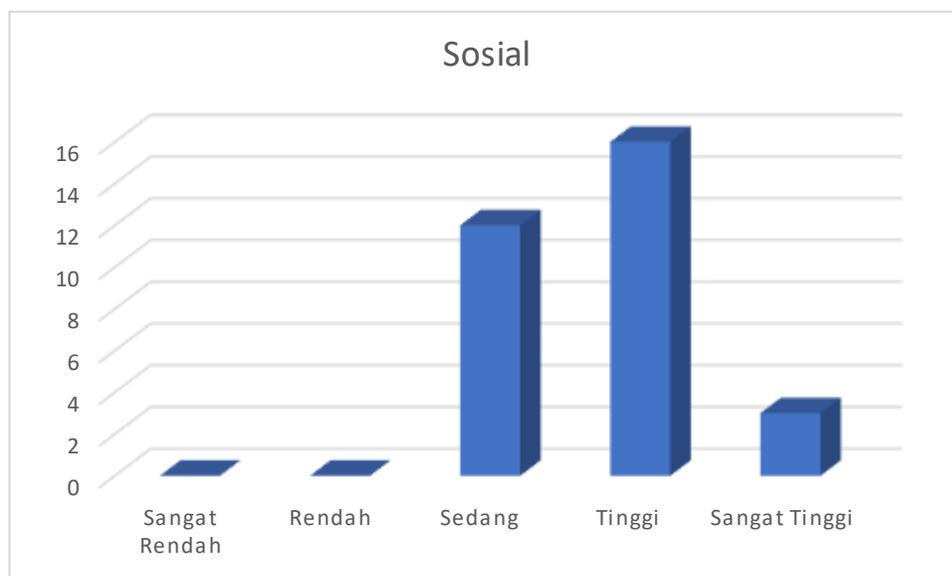
1. Faktor Sosial

Dari hasil penelitian didapatkan faktor sosial memberikan sumbangan sebesar 19.7%. Data yang diperoleh dari faktor budaya diketahui bahwa nilai maksimum sebesar 25,00, nilai minimum 16,00, dengan mean sebesar 20,12, median 21,00, modus 21,00, dan standar deviasi (SD) sebesar 2,20. Setelah data faktor sosial didapat, maka dikonversikan kedalam 5 kategori, berikut ini adalah tabel pengkategorian data mengenai faktor sosial.

Tabel 8. Distribusi Pengkategorian Data Faktor Sosial

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangat Tinggi	$22,75 < X$	3	9.7%
Tinggi	$19,25 < X \leq 22,75$	16	51.6%
Sedang	$15,75 < X \leq 19,25$	12	38.7%
Rendah	$12,25 < X \leq 15,75$	0	0.0%
Sangat Rendah	$X \leq 12,25$	0	0.0%
Total		31	100%

Berdasarkan tabel distribusi pengkategorian faktor sosial diatas, tampak bahwa 3 responden (9.7%) menyatakan sangat tinggi, 16 responden (51.6%) menyatakan tinggi, 12 responden (38.7%) menyatakan sedang, 0 responden (0%) menyatakan rendah, 0 responden (0%) menyatakan sangat rendah. Apabila dilihat dari frekuensi tiap kategori, terlihat bahwa faktor yang mempengaruhi pemain bulutangkis (X) dari faktor (X1) memilih raket bulutangkis merek Yonex (Y) adalah tinggi (51.6%). Untuk memperjelas tabel pengkategorian data faktor sosial di atas, selanjutnya akan disajikan ke dalam bentuk diagram batang sebagai berikut:



Gambar 5. Diagram Batang Presentase Faktor Sosial

2. Faktor Kepribadian

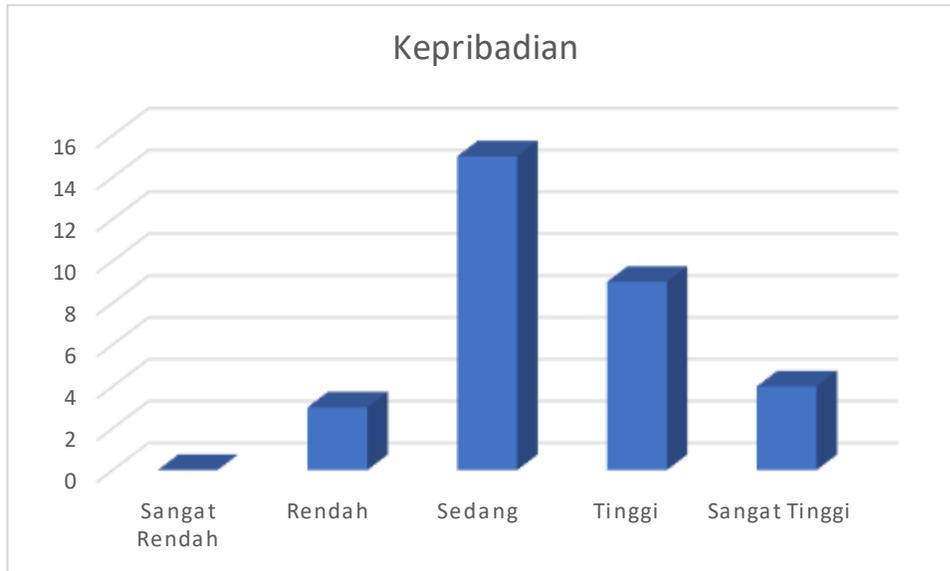
Dari hasil penelitian didapatkan faktor kepribadian memberikan sumbangan sebesar 19%. Data yang diperoleh dari faktor kepribadian diketahui bahwa nilai maksimum sebesar 24,00, nilai minimum 14,00, dengan mean sebesar 19,38, median

19,00, modus 19,00, dan standar deviasi (SD) sebesar 2,55. Setelah data faktor kepribadian didapat, maka dikonversikan kedalam 5 kategori, berikut ini adalah tabel pengkategorian data mengenai faktor kepribadian.

Tabel 9. Distribusi Pengkategorian Data Faktor Kepribadian

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangat Tinggi	$22,75 < X$	4	12.9%
Tinggi	$19,25 < X \leq 22,75$	9	29.0%
Sedang	$15,75 < X \leq 19,25$	15	48.4%
Rendah	$12,25 < X \leq 15,75$	3	9.7%
Sangat Rendah	$X \leq 12,25$	0	0.0%
Total		31	100%

Berdasarkan tabel distribusi pengkategorian faktor kepribadian diatas, tampak bahwa 4 responden (12.9%) menyatakan sangat tinggi, 9 responden (29.0%) menyatakan tinggi, 15 responden (48.4%) menyatakan sedang, 3 responden (9.7%) menyatakan rendah, 0 responden (0%) menyatakan sangat rendah. Apabila dilihat dari frekuensi tiap kategori, terlihat bahwa faktor yang mempengaruhi pemain bulutangkis (X) dari faktor (X2) memilih raket bulutangkis merek Yonex (Y) adalah sedang (48.4%). Untuk memperjelas tabel pengkategorian data faktor kepribadian di atas, selanjutnya akan disajikan ke dalam bentuk diagram batang sebagai berikut:



Gambar 6. Diagram Batang Presentase Faktor Kepribadian

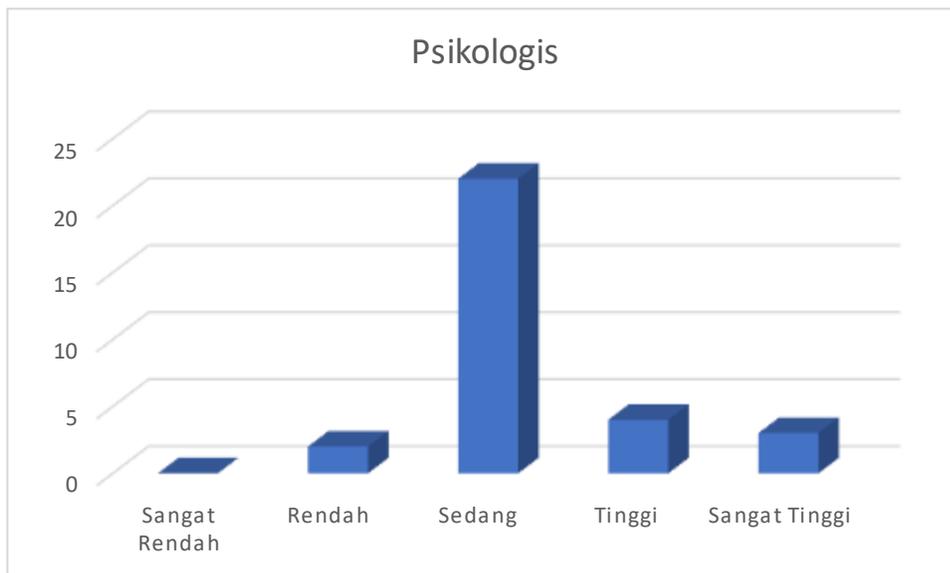
3. Faktor Psikologis

Dari hasil penelitian didapatkan faktor psikologis memberikan sumbangan sebesar 18%. Data yang diperoleh dari faktor psikologis diketahui bahwa nilai maksimum sebesar 24,00, nilai minimum 13,00, dengan mean sebesar 18,35, median 18,00, modus 18,00, dan standar deviasi (SD) sebesar 2,49. Setelah data faktor psikologis didapat, maka dikonversikan kedalam 5 kategori, berikut ini adalah tabel pengkategorian data mengenai faktor psikologis.

Tabel 10. Distribusi Pengkategorian Data Faktor Psikologis

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangat Tinggi	$22,75 < X$	3	9.7%
Tinggi	$19,25 < X \leq 22,75$	4	12.9%
Sedang	$15,75 < X \leq 19,25$	22	71.0%
Rendah	$12,25 < X \leq 15,75$	2	6.5%
Sangat Rendah	$X \leq 12,25$	0	0.0%
Total		31	100%

Berdasarkan tabel distribusi pengkategorian faktor psikologis diatas, tampak bahwa 3 responden (9.7%) menyatakan sangat tinggi, 4 responden (12.9%) menyatakan tinggi, 22 responden (71.0%) menyatakan sedang, 2 responden (6.5%) menyatakan rendah, 0 responden (0%) menyatakan sangat rendah. Apabila dilihat dari frekuensi tiap kategori, terlihat bahwa faktor yang mempengaruhi pemain bulutangkis (X) dari faktor (X3) memilih raket bulutangkis merek Yonex (Y) adalah sedang (71.0%). Untuk memperjelas tabel pengkategorian data faktor psikologis di atas, selanjutnya akan disajikan ke dalam bentuk diagram batang sebagai berikut:



Gambar 7. Diagram Batang Presentase Faktor Psikologis

4. Faktor Harga

Dari hasil penelitian didapatkan faktor harga memberikan sumbangan sebesar 20.6%. Data yang diperoleh dari faktor harga diketahui bahwa nilai maksimum sebesar

27,00, nilai minimum 14,00, dengan mean sebesar 21,06, median 21,00, modus 23,00, dan standar deviasi (SD) sebesar 3,19. Setelah data faktor kepribadian didapat, maka dikonversikan kedalam 5 kategori, berikut ini adalah tabel pengkategorian data mengenai faktor harga.

Tabel 11. Distribusi Pengkategorian Data Faktor Harga

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangat Tinggi	$22,75 < X$	12	38.7%
Tinggi	$19,25 < X \leq 22,75$	11	35.5%
Sedang	$15,75 < X \leq 19,25$	6	19.4%
Rendah	$12,25 < X \leq 15,75$	2	6.5%
Sangat Rendah	$X \leq 12,25$	0	0.0%
Total		31	100%

Berdasarkan tabel distribusi pengkategorian faktor harga diatas, tampak bahwa 12 responden (38.7%) menyatakan sangat tinggi, 11 responden (35.5%) menyatakan tinggi, 6 responden (19.4.0%) menyatakan sedang, 2 responden (6.5%) menyatakan rendah, 0 responden (0%) menyatakan sangat rendah. Apabila dilihat dari frekuensi tiap kategori, terlihat bahwa faktor yang mempengaruhi pemain bulutangkis (X) dari faktor (X4) memilih raket bulutangkis merek Yonex (Y) adalah sangat tinggi (38.7%). Untuk memperjelas tabel pengkategorian data faktor harga di atas, selanjutnya akan disajikan ke dalam bentuk diagram batang sebagai berikut:



Gambar 8. Diagram Batang Presentase Faktor Harga

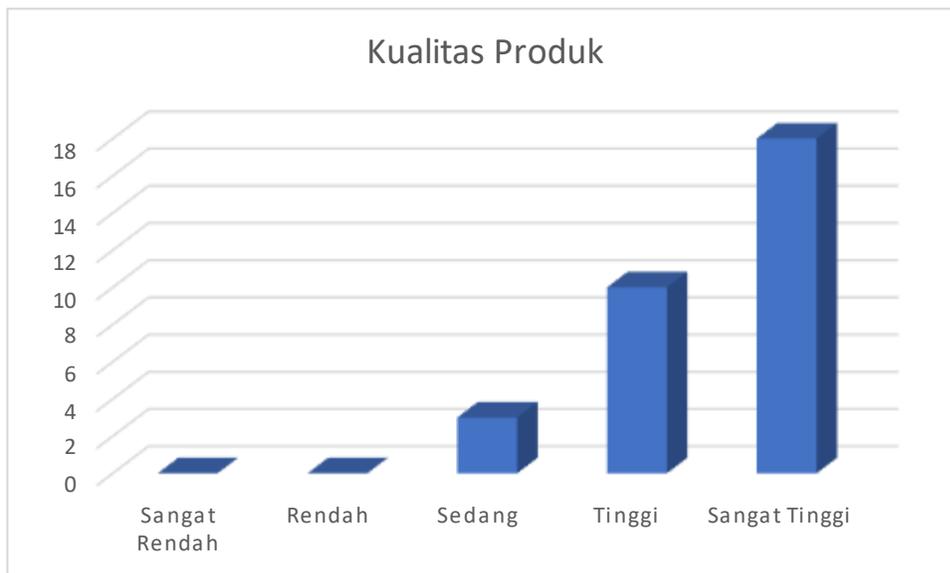
5. Faktor Kualitas Produk

Dari hasil penelitian didapatkan faktor kualitas produk memberikan sumbangan sebesar 22.7%. Data yang diperoleh dari faktor kualitas produk diketahui bahwa nilai maksimum sebesar 26,00, nilai minimum 18,00, dengan mean sebesar 23,12, median 23,00, modus 22,00, dan standar deviasi (SD) sebesar 2,23. Setelah data faktor kepribadian didapat, maka dikonversikan kedalam 5 kategori, berikut ini adalah tabel pengkategorian data mengenai faktor kualitas produk.

Tabel 12. Distribusi Pengkategorian Data Faktor Kualitas Produk

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangat Tinggi	$22,75 < X$	18	58.1%
Tinggi	$19,25 < X \leq 22,75$	10	32.3%
Sedang	$15,75 < X \leq 19,25$	3	9.7%
Rendah	$12,25 < X \leq 15,75$	0	0.0%
Sangat Rendah	$X \leq 12,25$	0	0.0%
Total		31	100%

Berdasarkan tabel distribusi pengkategorian faktor harga diatas, tampak bahwa 18 responden (58.1%) menyatakan sangat tinggi, 10 responden (32.3%) menyatakan tinggi, 3 responden (9.7%) menyatakan sedang, 0 responden (0%) menyatakan rendah, 0 responden (0%) menyatakan sangat rendah. Apabila dilihat dari frekuensi tiap kategori, terlihat bahwa faktor yang mempengaruhi pemain bulutangkis (X) dari faktor (X5) memilih raket bulutangkis merek Yonex (Y) adalah sangat tinggi (58.1%). Untuk memperjelas tabel pengkategorian data faktor sosial di atas, selanjutnya akan disajikan ke dalam bentuk diagram batang sebagai berikut:



Gambar 9. Diagram Batang Presentase Faktor Kualitas Produk

C. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi pemilihan raket merek Yonex disekolah bulutangkis rajawali Yogyakarta. Berikut penjelasan satu

persatu mengenai faktor yang mempengaruhi pemilihan raket merek Yonex disekolah bulutangkis Rajawali Yogyakarta.

1. Faktor Sosial

Pengaruh berdasarkan faktor sosial diketahui presentase sebesar 51.6% termasuk dalam kategori tinggi dan dapat disimpulkan bahwa faktor sosial mempengaruhi pemain dalam memilih raket bulutangkis merek Yonex di sekolah bulutangkis Rajawali Yogyakarta. Hal tersebut disebabkan karena pada saat pemain memilih raket merek Yonex, pemain meminta saran terlebih dahulu kepada keluarga, teman, dan orang-orang yang ada disekitarnya.

Menurut Kotler (2001: 176), faktor sosial merupakan pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hierarkis dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang serupa. Kelas sosial ditentukan oleh satu faktor tunggal, seperti pendapatan, tetapi diukur sebagai kombinasi dari pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kekayaan dan variable lain. Dalam beberapa sistem sosial, anggota dari kelas yang berbeda memelihara peran tertentu dan tidak dapat mengubah posisi sosial mereka.

2. Faktor Kepribadian

Pengaruh berdasarkan faktor kepribadian diketahui presentase sebesar 48.4% termasuk dalam kategori sedang dan dapat disimpulkan bahwa faktor kepribadian mempengaruhi pemain dalam memilih raket bulutangkis merek Yonex disekolah bulutangkis rajawali Yogyakarta. Hal tersebut disebabkan oleh pemain terlebih dahulu menyesuaikan dengan kebutuhan dan berpedoman pada gaya hidup yang sedang

populer disekitarnya, selain itu pemain juga mempertimbangkan situasi ekonomi, pekerjaan dan umur.

3. Faktor Psikologis

Pengaruh berdasarkan faktor psikologis diketahui presentase sebesar 71.0% termasuk dalam kategori tinggi dan dapat disimpulkan bahwa faktor psikologis mempengaruhi pemain bulutangkis dalam memilih raket merek Yonex. Hal tersebut dikarenakan pemain mempertimbangkan persepsi, pengetahuan, dan keyakinan sikap sebelum mengambil keputusan dalam memilih raket merek Yonex.

4. Faktor Harga

Pengaruh berdasarkan faktor harga diketahui presentase sebesar 38.7% termasuk dalam kategori sangat tinggi dan dapat disimpulkan bahwa faktor harga mempengaruhi pemain dalam memilih raket bulutangkis merek Yonex. Hal tersebut dikarenakan pemain terlebih dahulu melihat kesesuaian harga dengan kualitas produk, membandingkan harga raket Yonex dengan produk lain dan melihat keterjangkauan harga produk, sehingga pemain dapat mendapat sesuatu produk sesuai dengan kemampuan daya beli.

5. Faktor Kualitas Produk

Pengaruh berdasarkan faktor kualitas produk diketahui presentase sebesar 58.1% termasuk dalam kategori sangat tinggi dan dapat disimpulkan bahwa faktor kualitas produk mempengaruhi pemain dalam memilih raket merek Yonex. Hal tersebut dikarenakan pemain lebih mementingkan kualitas produk, hal ini disebabkan karena sebagai pemain bulutangkis sangat membutuhkan raket yang berkualitas dan nyaman

pada saat digunakan. Kualitas produk mengacu pada keseluruhan karakteristik dari sebuah produk yang menggambarkan performa suatu produk sesuai apa yang diharapkan oleh pemain. Dalam kualitas produk menurut Pride dan Ferrel (2010:317) yaitu level of quality dan consistency of quality.

1. Level of quality merupakan jumlah kualitas yang dimiliki oleh suatu produk. Hal ini menjelaskan bahwa kualitas suatu produk sulit untuk dijelaskan kecuali produk tersebut dibandingkan dengan produk lain.
2. Consistency of quality mengacu kepada sejauh mana suatu produk memiliki kualitas pada level yang sama dalam waktu yang lama. Konsistensi berarti memberikan konsumen kualitas yang mereka harapkan setiap ketika mereka membeli suatu produk.

D. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan dengan sebaik-baiknya, namun bukan berarti penelitian ini tanpa kelemahan dan kekurangan. Beberapa kelemahan dan kekurangan dalam penelitian ini yang dapat ditemukan antara lain:

1. Terbatasnya jumlah sampel, penelitian ini hanya menggunakan sampel sebanyak 31 orang.
2. Sulitnya mengetahui kesungguhan responden dalam mengerjakan angket. Untuk memperkecil kesalahan, usaha yang dilakukan dengan cara memberi gambaran tentang maksud dan tujuan penelitian ini.
3. Dimungkinkan adanya unsur kurang objektif dalam pengisian angket, selain itu diperoleh adanya sifat responden seperti kejujuran dan ketekunan menjawab pertanyaan dengan sebenarnya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, diketahui faktor yang mempengaruhi pemilihan raket merek Yonex pemain bulutangkis disekolah bulutangkis rajawali Yogyakarta terdiri dari faktor sosial, faktor kepribadian, faktor psikologis, faktor harga dan faktor kualitas produk. Dari lima faktor tersebut, diketahui bahwa faktor sosial (X1) berpengaruh tinggi sebanyak 16 pemain (51.6%), faktor kepribadian (X2) berpengaruh sedang sebanyak 15 pemain (48.4%), faktor psikologis (X3) berpengaruh sedang sebanyak 22 pemain (71.0%), faktor harga (X4) berpengaruh sangat tinggi sebanyak 12 pemain (38.7%), faktor kualitas produk (X5) berpengaruh sangat tinggi sebanyak 18 pemain (58.1%).

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa implikasi penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui faktor yang mempengaruhi pemilihan raket merek Yonex pemain bulutangkis disekolah bulutangkis Rajawali Yogyakarta
2. Faktor yang mempengaruhi pemain dalam memilih raket bulutangkis merek Li-Ning perlu di perhatikan, agar pemain bisa mendapatkan raket sesuai dengan yang diinginkan.
3. Pemain dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam memilih raket bulutangkis merek Li-Ning di Kabupaten Sleman

C. Saran

Dari hasil analisis dan kesimpulan di atas, berikut beberapa saran yang dapat disampaikan:

1. Hasil penelitian diharapkan dapat menambah pengetahuan pemain dan dijadikan bahan pertimbangan sebelum membeli raket bulutangkis, khususnya merek Yonex.
2. Bagi perusahaan diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk agar pengguna tetap setia untuk menggunakan raket merek Yonex dan perusahaan mendapatkan hasil penjualan yang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrochim. (2020). "Faktor Yang Mempengaruhi Pemain Bulutangkis Memilih Raket Bulutangkis Merek Li-Ning Di Kabupaten Sleman". FIK.UNY.Yogyakarta.
- Akhmad, J. (1996). "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Warung lesehan di Jalan Protokol Yogyakarta". Jurnal STIE Widya Wiwaha Kajian Bisnis, No. 7, Hlm. 14-28. Aksara.
- Alhusin, S. (2007). *Gemar Bermain Bulutangkis*. Surakarta. CV "Seti-Aji" Surakarta.
- Arikunto, S. (2012). *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: PT. Bumi.
- Arikunto, S. (2015). *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Bumi.
- Arnanda, D. R. (2017). "Tingkat Pengetahuan Siswa Tentang Permainan Bulutangkis Kelas X SMK Koperasi Tahun Ajaran 2016/2017 Kota Yogyakarta". FIK. UNY. Yogyakarta.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Azwar, S. (2010). *Metodelogi penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Depdikbud (1978/1979: 129). Pengertian bulutangkis, bulu-tangkis/1_Depdikbud.
- Fenanlampir, Albertus dan Faruq, Muhammad Muhyi. (2015). *Tes dan pengukuran dalam olahraga*. CV Andi Offset.
- Guntur, E. M. (2010). *Transformasi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Sagung Seto.
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M.. (2002). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset
- Karyono, T. H., & Paluris, D. S. (2022). Pengaruh Latihan Basic Movement Berpindah Tempat Terhadap Kelincahan Atlet Bulu Tangkis. *Jorpres (Jurnal Olahraga Prestasi)*, 18(1), 17-21.
- Komari, A. (2008). *Jendela Bulutangkis*. Yogyakarta. Fakultas Ilmu Keolahragaan.
- Komari, A. (2018). *Tujuh Sasaran Semes Bulutangkis*. Yogyakarta. UNY Press.

- Kotler, P. (2001). *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing 17th Global Edition*. London: Pearson Education Ltd.
- Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). Analisis perilaku konsumen dalam melakukan online shopping di kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 5(1), 113-132.
- Pride, William M. and O.C. Ferrell, (2010). *Marketing. Fiftinth Edition*. Canada: South Western International Edition.
- Putra, J.N. (2017). Sikap Dan Preferensi Konsumen Dalam Pemilihan Raket Bulutangkis Di Surabaya”. Fakultas Bisnin Dan Manajemen Teknologi. Institut Teknologi Sepuluh November. Surabaya.
- Rahmadhani, F. (2021). “Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Kaos Merek Li-Ning Pada Pemain Bulutangkis Di Kabupaten Sleman”. FIK.UNY.Yogyakarta.
- Subardjah, H. (2000). *Bulutangkis*. Jakarta. Departemen Pendidikan Nasional.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*. Bandung. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. (2000). *Manajemen pemasaran: Analisa perilaku konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Winarno, M.E. (2013). *Metodologi Penelitian Dalam Pendidikan Jasmani*. Malang: IKIP Malang.
- Windoyo, R. F. (2009). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Waroeng Steak & Shake Semarang). Skripsi S1, Universitas Diponegoro.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Bimbingan

KARTU BIMBINGAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Fahisyah Urba Rahmanda
NIM : 18601241104
Program Studi : Penelitian Jasmani Kesehatan dan Rekreasi
Pembimbing : Drs. Amat Komari, M.Si.

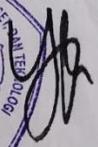
No.	Tanggal	Pembahasan	Tanda - Tangan
1.	21 Maret 2022	konsultasi Judul Skripsi	
2.	12 April 2022	Membuat instrumen penelitian	
3.	27 April 2022	ACC melakukan uji coba	
4.	03 Mei 2022	+ konsultasi hasil uji coba - revisi penulisan bab 1-3	
5.	30 Mei 2022	ACC melakukan penelitian	
6.	12 Juli 2022	konsultasi hasil penelitian	
7.	19 Juli 2022	Bimbingan keseluruhan dan revisi skripsi	
8.	27 Juli 2022	ACC Skripsi	

Ketua Jurusan POR,

Dr. Jaka Sunardi, M.kes.
NIP. 19610731 199001 1 001



Lampiran 2. Surat Izin Penelitian

	KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN Alamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281 Telepon (0274) 586168, ext. 560, 557, 0274-550826, Fax 0274-513092 Laman: fik.uny.ac.id E-mail: humas_fik@uny.ac.id
Nomor : 866/UN34.16/PT.01.04/2022	30 Mei 2022
Lamp. : 1 Bendel Proposal	
Hal : Izin Penelitian	
Yth . Sekolah Bulutangkis Rajawali Yogyakarta Munggur RT03, Srimartani, Piyungan, Bantul, Yogyakarta	
Kami sampaikan dengan hormat, bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:	
Nama	: Fahisy Urba Rahmanda
NIM	: 18601241104
Program Studi	: Pendidikan Jasmani, Kesehatan, Dan Rekreasi - S1
Tujuan	: Memohon izin mencari data untuk penulisan Tugas Akhir Skripsi (TAS)
Judul Tugas Akhir	: FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMILIHAN RAKET MEREK YONEX PEMAIN BULUTANGKIS DI SEKOLAH BULUTANGKIS RAJAWALI YOGYAKARTA
Waktu Penelitian	: 1 - 15 Juni 2022
Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon dengan hormat Bapak/Ibu berkenan memberi izin dan bantuan seperlunya.	
Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.	
	Wakil Dekan Bidang Akademik,  
Tembusan :	Dr. Yudik Prasetyo, S.Or., M.Kes. NIP 19820815 200501 1 002
1. Sub. Bagian Akademik, Kemahasiswaan, dan Alumni;	
2. Mahasiswa yang bersangkutan.	

Lampiran 3. Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian



SURAT KETERANGAN

Nomor : 011/14/022

Yang bertanda tangan di bawah ini Ketua Sekolah Bulutangkis Rajawali, Kecamatan Piyungan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, menerangkan bahwa :

Nama : Fahisyah Urba Rahmanda
NIM : 18601241104
Program Studi : Pendidikan Jasmani Kesehatan Dan Rekreasi
Fakultas : FIK Universitas Negeri Yogyakarta
Jenjang Pendidikan : S1
Instan/Perguruan Tinggi : Universitas Negeri Yogyakarta
Alamat Instansi : Jl. Colombo No. 1 Sleman Yogyakarta
Alamat Rumah : Pajangan RT 01/RW 033, Sumberagung, Moyudan, Sleman

Yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian di Sekolah Bulutangkis Rajawali pada tanggal 08 Juni 2022 dengan judul "FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMILIHAN RAKET MEREK YONEX PEMAIN BULUTANGKIS DI SEKOLAH BULUTANGKIS RAJAWALI YOGYAKARTA".

Demikian surat keterangan ini agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 14 Juni 2022

Ketua



Sekolah Bulutangkis
RAJAWALI

[Handwritten Signature]
Drs. Purwanta

Lampiran 4. Uji Instrumen

a. Validitas

1. Faktor Sosial

		TOTAL FS
FS1	Pearson Correlation	.510**
	Sig. (2-tailed)	.002
	N	35
FS2	Pearson Correlation	.597**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
FS3	Pearson Correlation	.530**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	35
FS4	Pearson Correlation	.659**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
FS5	Pearson Correlation	.578**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
FS6	Pearson Correlation	.532**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	35
FS7	Pearson Correlation	.508**
	Sig. (2-tailed)	.002
	N	35
TOTAL_FS	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	35

2. Faktor Kepribadian

		TOTAL FK
FK1	Pearson Correlation	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
FK2	Pearson Correlation	.650**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
FK3	Pearson Correlation	.520**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	35
FK4	Pearson Correlation	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
FK5	Pearson Correlation	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
FK6	Pearson Correlation	.656**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
FK7	Pearson Correlation	.418 [†]
	Sig. (2-tailed)	.012
	N	35
TOTAL_FK	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	35

3. Faktor Psikologis

		TOTAL_FP
FP1	Pearson Correlation	.588**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
FP2	Pearson Correlation	.545**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	35
FP3	Pearson Correlation	.653**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
FP4	Pearson Correlation	.048
	Sig. (2-tailed)	.783
	N	35
FP5	Pearson Correlation	.413
	Sig. (2-tailed)	.014
	N	35
FP6	Pearson Correlation	.579**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
FP7	Pearson Correlation	.574**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
FP8	Pearson Correlation	.654**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
TOTAL_FP	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	35

4. Faktor Harga

		TOTAL_FH
FH1	Pearson Correlation	.403 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.018
	N	35
FH2	Pearson Correlation	.582 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
FH3	Pearson Correlation	.616 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
FH4	Pearson Correlation	.645 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
FH5	Pearson Correlation	.260
	Sig. (2-tailed)	.132
	N	35
FH6	Pearson Correlation	.575 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
FH7	Pearson Correlation	.531 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	35
FH8	Pearson Correlation	.431 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.010
	N	35
TOTAL_FH	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	35

5. Faktor Kualitas Produk

		TOTAL FKP
FKP1	Pearson Correlation	.466**
	Sig. (2-tailed)	.005
	N	35
FKP2	Pearson Correlation	.608**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
FKP3	Pearson Correlation	.558**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	35
FKP4	Pearson Correlation	.408*
	Sig. (2-tailed)	.015
	N	35
FKP5	Pearson Correlation	.494**
	Sig. (2-tailed)	.003
	N	35
FKP6	Pearson Correlation	.469**
	Sig. (2-tailed)	.005
	N	35
FKP7	Pearson Correlation	.270
	Sig. (2-tailed)	.116
	N	35
FKP8	Pearson Correlation	.399*
	Sig. (2-tailed)	.017
	N	35
FKP9	Pearson Correlation	.270
	Sig. (2-tailed)	.116
	N	35
FKP10	Pearson Correlation	.103
	Sig. (2-tailed)	.556
	N	35

TOTAL_FKP	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	35

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

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

b. Reliabilitas

1. Faktor Sosial

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	35	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.615	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
FS1	18.6000	6.306	.261	.602
FS2	17.6000	6.365	.445	.552
FS3	18.0286	6.264	.298	.588
FS4	18.1714	5.617	.447	.534
FS5	18.2000	6.341	.408	.558
FS6	17.6571	5.997	.226	.628
FS7	18.0857	6.551	.318	.583

2. Faktor Kepribadian

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	35	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.790	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
FK1	17.6571	10.585	.689	.730
FK2	18.0571	11.703	.516	.764
FK3	17.6571	12.467	.360	.790
FK4	17.5714	10.134	.710	.723
FK5	17.6571	10.291	.713	.723
FK6	17.3714	11.182	.492	.769
FK7	18.8286	12.793	.202	.824

3. Faktor Psikologis

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	35	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.673	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
FP1	15.8857	7.575	.380	.638
FP2	14.8286	8.087	.359	.646
FP3	16.2000	7.106	.470	.612
FP5	15.7143	8.269	.225	.677
FP6	15.4000	7.659	.336	.650
FP7	16.4857	7.198	.377	.640
FP8	16.2286	6.534	.527	.590

4. Faktor Harga

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	35	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.624	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
FH1	16.8000	9.282	.106	.648
FH2	16.8000	8.165	.440	.563
FH3	17.7143	7.151	.423	.555
FH4	17.9714	6.382	.512	.515
FH5	17.5429	7.785	.425	.560
FH6	17.5143	7.610	.409	.562
FH7	16.6857	9.398	.056	.664

5. Faktor Kualitas Produk

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	35	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.585	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
FKP1	18.6571	6.114	.350	.538
FKP2	19.3143	4.869	.540	.447
FKP3	19.3714	5.593	.291	.554
FKP4	18.7143	6.151	.217	.577
FKP5	18.6286	5.711	.324	.540
FKP6	19.3714	5.711	.286	.555
FKP8	19.1429	6.538	.139	.598

Lampiran 5. Angket Penelitian

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
FAKTOR SOSIAL					
1	Teman saya menyarankan saya menggunakan raket Yonex				
2	Raket bulutangkis merek Yonex banyak digunakan oleh pemain bulutangkis nasional				
3	Saya memilih raket bulutangkis merek Yonex untuk menunjang kebutuhan saya sebagai pemain bulutangkis				
4	Teman saya menggunakan raket bulutangkis merek Yonex				
5	Saya berlatih bulutangkis menggunakan raket Yonex				
6	Saya melihat banyak orang bermain bulutangkis menggunakan raket Yonex				
7	Saya bertanding menggunakan raket bulutangkis merek Yonex				
FAKTOR KEPRIBADIAN					
8	Saya memilih raket bulutangkis merek Yonex sesuai dengan kebutuhan				
9	Saya sudah terbiasa menggunakan raket Yonex				

10	Saya menyukai tampilan raket bulutangkis Yonex				
11	Saya memilih raket bulutangkis merek Yonex karena tampilan raket yang di tawarkan cukup menarik				
12	Saya memilih raket bulutangkis merek Yonex karena tampilan raketnya sesuai dengan keinginan saya				
13	Raket bulutangkis merek Yonex membuat saya lebih percaya diri ketika menggunakannya				
14	Saya kurang nyaman menggunakan raket merek lain selain Yonex				
FAKTOR PSIKOLOGIS					
15	Saya mengetahui kelebihan dari raket bulutangkis merek Yonex				
16	Raket bulutangkis merek Yonex memberikan kualitas yang sangat baik.				
17	Raket bulutangkis merek Yonex lebih nyaman digunakan di banding merek lain				
18	Tidak ada kendala ketika menggunakan raket bulutangkis merek Yonex				
19	Saya yakin raket bulutangkis merek Yonex akan awet di gunakan dengan waktu yg cukup lama				
20	Saya menyukai raket bulutangkis merek Yonex di bandingkan raket merek lain				
21	Saya menyarankan teman saya menggunakan raket bulutangkis merek Yonex				
FAKTOR HARGA					
22	Saya memilih raket bulutangkis merek Yonex karena harga yang di tawarkan sesuai dengan kualitasnya				
23	Saya memilih raket bulutangkis merek Yonex karena harganya sesuai dengan manfaat yang diinginkan				

24	Saya memilih raket bulutangkis merek Yonex karena harganya sesuai dengan kemampuan atau daya beli				
25	Saya memilih raket bulutangkis Yonex karena harganya lebih murah di banding dengan produk merek lain				
26	Dengan kualitas yang sebanding dengan merek raket lainnya, raket bulutangkis merek Yonex ditawarkan dengan harga yang lebih murah				
27	Harga raket bulutangkis merek Yonex terjangkau				
28	Harga raket bulutangkis Yonex sesuai dengan tampilannya				
FAKTOR KUALITAS PRODUK					
29	Daya tahan raket bulutangkis merek Yonex secara fisik awet dan tidak gampang rusak				
30	Raket bulutangkis merek Yonex memiliki kualitas yang lebih unggul dan tahan cuaca panas				
31	Bahan raket bulutangkis merek Yonex lebih baik dan tak mudah bengkok				
32	Tempat service raket Yonex mudah di temukan				
33	Raket bulutangkis merek Yonex lebih mudah di beli di toko-toko olahraga di bandingkan merek lain				
34	Raket bulutangkis merek Yonex memiliki batang raket yang lentur				
35	Raket bulutangkis merek Yonex memiliki tarikan senar yang cukup kuat				

Lampiran 6. Tabulasi Data Keseluruhan

Nama	FAKTOR SOSIAL							FAKTOR KEPERIBADIAN							FAKTOR PSIKOLOGIS							FAKTOR MARGA							FAKTOR KUALITAS PRODUK										
	FS1	FS2	FS3	FS4	FS5	FS6	FS7	Total	FK1	FK2	FK3	FK4	FK5	FK6	FK7	Total	FP1	FP2	FP3	FP4	FP5	FP6	FP7	Total	FH1	FH2	FH3	FH4	FH5	FH6	FH7	Total	FKP1	FKP2	FKP3	FKP4	FKP5	FKP6	FKP7
R1	3	3	2	2	3	2	2	17	2	2	2	2	2	2	2	14	2	2	3	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	14	2	3	4	2	4	2	19		
R2	3	3	2	3	3	2	18	3	2	3	2	2	3	2	2	18	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	20	3	2	3	3	4	2	3	20	
R3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	3	1	19	3	1	2	3	2	2	3	16	3	3	3	3	3	3	20	3	3	4	4	2	3	3	22	
R4	3	3	2	4	3	2	20	4	3	2	1	3	3	3	19	2	2	2	2	3	4	2	17	1	1	2	3	4	17	3	4	3	2	2	3	1	18		
R5	2	2	3	3	2	2	16	2	2	1	2	2	2	3	14	2	3	2	1	2	2	2	14	2	2	2	2	2	2	15	4	2	4	2	2	3	2	19	
R6	2	4	2	3	2	3	2	18	3	3	2	3	2	3	18	3	3	2	2	2	3	3	18	3	3	2	2	3	19	3	4	3	4	3	4	3	24		
R7	3	2	3	2	4	3	4	21	2	4	3	3	4	3	23	4	2	4	1	2	4	1	18	4	4	4	4	4	3	27	4	3	3	4	4	4	4	26	
R8	3	4	3	3	2	4	2	21	3	3	3	3	4	2	21	3	3	4	3	3	3	4	23	3	4	3	2	3	22	3	3	4	3	4	4	3	24		
R9	4	3	4	3	2	4	1	21	2	4	3	1	4	3	19	3	4	2	3	3	4	3	22	3	4	2	3	4	23	4	4	3	3	4	3	4	25		
R10	2	4	2	4	3	4	3	22	3	1	4	3	3	2	19	3	3	2	3	4	2	3	20	3	3	3	3	3	21	4	3	4	4	4	3	4	26		
R11	2	4	3	3	2	1	2	17	3	3	2	2	2	4	1	17	3	1	1	4	2	3	17	3	3	3	3	3	22	3	3	3	4	3	4	3	23		
R12	4	4	3	4	1	4	24	3	4	3	2	3	4	3	22	4	3	2	3	2	1	2	17	3	4	3	4	3	23	4	3	4	3	4	3	4	25		
R13	4	3	2	3	3	4	3	22	4	3	3	4	3	4	24	2	2	3	3	2	2	3	17	3	4	4	4	4	26	4	2	3	4	4	3	4	24		
R14	2	3	2	4	2	3	2	18	2	3	4	2	2	4	2	19	2	4	3	2	3	2	18	2	2	3	2	3	18	4	3	4	3	3	2	3	22		
R15	4	4	3	3	4	3	25	3	3	4	4	3	3	4	24	4	3	4	2	4	3	4	24	4	4	3	4	3	25	4	4	3	4	3	4	3	26		
R16	3	3	3	4	3	3	22	3	3	2	1	2	2	2	15	3	4	2	3	3	2	1	18	3	3	3	2	3	20	3	3	3	3	3	3	3	21		
R17	2	4	3	4	3	4	3	23	3	2	3	3	2	3	2	18	3	3	3	2	3	3	19	3	3	3	3	3	21	3	4	4	4	4	4	3	26		
R18	3	3	4	3	2	2	1	18	3	3	4	1	4	3	21	3	4	1	3	1	3	3	18	3	3	4	3	3	23	4	3	3	3	3	3	3	22		
R19	3	3	2	2	3	2	18	2	2	3	3	2	2	3	17	3	3	2	3	3	2	2	18	3	3	3	2	2	20	3	3	2	4	3	2	3	22		
R20	3	3	3	3	3	3	21	4	3	3	3	4	3	3	23	3	4	3	3	3	3	4	23	3	3	3	3	3	22	4	3	3	3	3	3	3	22		
R21	3	4	3	4	2	4	2	22	3	2	3	4	2	3	19	3	2	2	3	4	2	2	18	4	3	4	3	4	24	4	3	2	4	2	4	2	22		
R22	3	3	3	2	3	4	3	21	2	3	3	3	4	2	20	3	4	2	3	2	3	4	21	4	3	3	3	3	23	4	3	3	3	3	3	3	22		
R23	3	4	2	2	3	4	4	22	4	3	4	2	3	2	21	2	3	4	2	2	3	2	18	4	4	4	4	2	26	4	3	4	4	3	4	4	26		
R24	3	2	4	2	3	1	3	18	3	3	2	4	3	4	22	4	3	3	4	3	1	4	22	3	4	3	3	4	23	4	2	3	4	2	3	4	23		
R25	3	3	2	2	3	4	19	3	3	2	3	2	3	2	18	1	3	2	3	4	3	3	19	3	3	3	3	4	23	4	3	3	4	4	3	4	23		
R26	2	4	3	2	3	3	20	3	2	3	3	3	3	3	19	3	4	2	2	3	2	1	17	3	4	2	3	23	4	4	3	4	4	3	4	3	25		
R27	3	4	1	3	3	4	3	21	2	3	2	4	3	4	1	19	3	3	2	3	1	2	17	2	3	2	2	3	17	4	3	3	4	4	3	3	24		
R28	3	3	4	3	2	3	21	3	2	4	2	4	3	2	2	3	2	1	3	4	2	3	17	3	3	1	2	2	16	3	4	4	4	4	4	2	3	24	
R29	2	4	3	4	2	2	4	21	3	4	2	3	4	2	3	21	3	1	3	4	1	2	17	4	4	1	3	3	21	3	3	2	4	4	3	3	22		
R30	2	3	1	2	4	3	18	3	2	3	3	2	4	2	19	3	1	2	3	4	1	2	16	3	4	1	2	3	20	3	4	2	4	4	3	4	24		
R31	3	4	2	2	3	1	3	18	3	2	3	4	3	4	1	20	3	3	2	4	3	1	19	4	3	3	1	3	19	4	4	4	4	4	4	3	26		
								604							601								569						653								717		

Lampiran 7. Olah data Menggunakan SPSS Skor Per Faktor

Statistics

		FAKTOR SOSIAL	FAKTOR KEPRIBADIAN	FAKTOR PSIKOLOGIS	FAKTOR HARGA	FAKTOR KUALITAS PRODUK
N	Valid	31	31	31	31	31
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		20.1290	19.3871	18.3548	21.0645	23.1290
Std. Error of Mean		.39552	.45832	.44853	.57349	.40092
Median		21.0000	19.0000	18.0000	21.0000	23.0000
Mode		21.00	19.00	18.00	23.00	22.00
Std. Deviation		2.20215	2.55183	2.49731	3.19307	2.23222
Variance		4.849	6.512	6.237	10.196	4.983
Range		9.00	10.00	11.00	13.00	8.00
Minimum		16.00	14.00	13.00	14.00	18.00
Maximum		25.00	24.00	24.00	27.00	26.00
Sum		624.00	601.00	569.00	653.00	717.00

A. Faktor Sosial

FAKTOR SOSIAL

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16	1	3.2	3.2	3.2
	17	2	6.5	6.5	9.7
	18	8	25.8	25.8	35.5
	19	1	3.2	3.2	38.7
	20	2	6.5	6.5	45.2
	21	9	29.0	29.0	74.2
	22	5	16.1	16.1	90.3
	23	1	3.2	3.2	93.5
	24	1	3.2	3.2	96.8
	25	1	3.2	3.2	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

B. Faktor Kepribadian

FAKTOR KEPRIADIAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	14	2	6.5	6.5	6.5
	15	1	3.2	3.2	9.7
	17	3	9.7	9.7	19.4
	18	3	9.7	9.7	29.0
	19	9	29.0	29.0	58.1
	20	3	9.7	9.7	67.7
	21	4	12.9	12.9	80.6
	22	2	6.5	6.5	87.1
	23	2	6.5	6.5	93.5
	24	2	6.5	6.5	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

C. Faktor Psikologis

FAKTOR PSIKOLOGIS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	13	1	3.2	3.2	3.2
	14	1	3.2	3.2	6.5
	16	2	6.5	6.5	12.9
	17	8	25.8	25.8	38.7
	18	9	29.0	29.0	67.7
	19	3	9.7	9.7	77.4
	20	1	3.2	3.2	80.6
	21	1	3.2	3.2	83.9
	22	2	6.5	6.5	90.3
	23	2	6.5	6.5	96.8
	24	1	3.2	3.2	100.0
Total		31	100.0	100.0	

D. Faktor Harga

FAKTOR HARGA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	14	1	3.2	3.2	3.2
	15	1	3.2	3.2	6.5
	16	1	3.2	3.2	9.7
	17	2	6.5	6.5	16.1
	18	1	3.2	3.2	19.4
	19	2	6.5	6.5	25.8
	20	5	16.1	16.1	41.9
	21	3	9.7	9.7	51.6
	22	3	9.7	9.7	61.3
	23	7	22.6	22.6	83.9
	24	1	3.2	3.2	87.1
	25	1	3.2	3.2	90.3
	26	2	6.5	6.5	96.8
	27	1	3.2	3.2	100.0
Total		31	100.0	100.0	

E. Faktor Kualitas Produk

FAKTOR KUALITAS PRODUK

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18	1	3.2	3.2	3.2
	19	2	6.5	6.5	9.7
	20	1	3.2	3.2	12.9
	21	1	3.2	3.2	16.1
	22	8	25.8	25.8	41.9
	23	3	9.7	9.7	51.6
	24	6	19.4	19.4	71.0
	25	3	9.7	9.7	80.6
	26	6	19.4	19.4	100.0
Total		31	100.0	100.0	

Lampiran 8. Dokumentasi



