

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMAIN BULUTANGKIS
MEMILIH RAKET BULUTANGKIS MEREK LI-NING DI
KABUPATEN SLEMAN

SKRIPSI

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



Oleh
Abdurrochim
NIM 16601244018

PRODI PENDIDIKAN JASMANI KESEHATAN DAN REKREASI
JURUSAN PENDIDIKAN OLAHRAGA FAKULTAS ILMU
KEOLAHRAGAAN UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2020

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

Tugas Akhir Skripsi Dengan Judul

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMAIN BULUTANGKIS MEMILIH RAKET
BULUTANGKIS MEREK LI-NINGDI**

KABUPATEN SLEMAN

Disusun oleh:

Abdurrochim

NIM: 16601244018

Yogyakarta, 9 Juli 2020

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Disetujui,

Dosen Pembimbing,



Dr. Jaka Sunardi , M.Kes.
NIP. 196107311990011001



Drs. Amat Komari, M.Si.
NIP 196204221990011001

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Abdurrochim
NIM : 16601244018
Program Studi : Pendidikan Jasmani, Kesehatan, dan Rekreasi
Judul TAS : Faktor Yang Mempengaruhi Pemain Bulutangkis
Memilih Raket Bulutangkis Merek Li-Ning di
Kabupaten Sleman

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 atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Yogyakarta, 9 Juli 2020
Yang Menyatakan



Abdurrochim
NIM. 16601244018

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Skripsi

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMAIN MEMILIH RAKET
BULUTANGKIS MEREK LI-NING DI KABUPATEN SLEMAN
TAHUN 2019/2020**

Disusun oleh:

Abdurrochim
NIM 16601244018

Telah dipertahankan di depan Tim Pengaji Tugas Akhir Skripsi Program

Studi Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Ilmu



Nama

Drs. Amat Komari, M.Si.

Jabatan

Ketua Pengaji

Drs. Raden Sunardianta, M.Kes. Sekretaris Pengaji

Dr. Yudik Prasetyo, M.Kes.

Pengaji Utama

Tanda Tangan

Tanggal
26/8/2020

Tanda Tangan

Tanggal
26/8/2020

Tanda Tangan

Tanggal
7/8/2020

Yogyakarta, Juni 2020
Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta



MOTTO

- ❖ Dengan iman dan akhlak saya menjadi kuat tanpa iman dan akhlak saya menjadi lemah
- ❖ Menjadikan pengalaman sebagai pembelajaran yang berharga, terus berusaha tanpa menghiraukan kegagalan
- ❖ Lebih baik diasingkan daripada mengalah pada kemunafikan (Gie)

PERSEMBAHAN

Dengan penuh syukur, Skripsi ini Kupersembahkan kepada:

- ❖ Kedua orangtuaku (Bapak M Yusuf Abdullah dan Ibu Rosiah) yang telah memberikanku Doa dan semanggat kepadaku untuk melanjutkan sekolah sampai tingkat perguruan tinggi. Terimakasih untuk pengorbanan dan kasih sayangnya sehingga anakmu mampu menyelesaikan kuliahnya dan mendapatkan gelar sarjana.
- ❖ Kakak – kakak ku yang telah berkontribusi membantu kebutuhan adikmu selama melaksanakan kuliah di Yogyakarta
- ❖ Adysha puspa dewi yang selalu memberikan semanggat kepada saya sampai saat ini
- ❖ Teman saya Maysa Arya Bima, Fedita Kalbuadi yang telah menjadi sahabat baik selama perkuliahan sampai dengan sekarang

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMAIN BULUTANGKIS
MEMILIH RAKET BULUTANGKIS MEREK LI-NING
DI KABUPATEN SLEMAN

Oleh
Abdurrochim
NIM 16601244018

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi pemain dalam memilih raket merek Li-Ning di Kabupaten Sleman

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluru pemain bulutangkis yang ada di beberapa klub di Kabupaten Sleman yang berjumlah 250 pemain. Instrumen yang digunakan adalah menggunakan angket. teknik analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif, yang akan 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 Li-Ning (Y) yaitu faktor budaya (X1) berpengaruh rendah 33 pemain (47,14%), faktor sosial (X2) berpengaruh sedang 28 pemain 40%, faktor pribadi (X3) berpengaruh sedang 32 pemain (45,71%), faktor psikologis (X4) berpengaruh sedang 28 pemain (40%), faktor harga (X5) berpengaruh sedang 33 pemain (47,17%), dan faktor kualitas produk (X6) berpengaruh sedang 36 pemain (51,43)

Kata Kunci: Faktor yang mempengaruhi, pemain bulutangkis, memilih raket Li-Ning

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan ke hadirat allah SWT, atas segala limpahan nikmat dan rahmatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi dengan judul “ faktor yang mempengaruhi pemain bulutangkis memilih raket butangkis merek Li-Ning di Kabupaten Sleman” dimaksud untuk mengetahui dan menganalisi faktor yang mempengaruhi pemain, yang terdiri dari faktor budaya, sosial, psikologi, harga dan kualitas produk. Dalam memilih raket bulutangkis merek Li-Ning. Dan untuk mengetahui di antara faktor budaya, sosial, pribadi, psikologi, harga dan kualitas produk yang berpengaruh dominan terhadap pilihan pemain yang menggunakan raket bulutangkis merek Li-Ning.

Skripsi dapat terwujud dengan baik berkat uluran tangan dari berbagai pihak, teristimewa pembimbing. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Drs. Amat Komari, M.Si selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Skripsi, yang telah ikhlas memberikan ilmu, tenaga dan waktunya selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.
2. Bapak Dr. Jaka Sunardi, M.Kes. selaku Ketua Jurusan POR, dan Ketua Program Studi PJKR, beserta dosen dan staf yang telah memberikan bantuan dan fasilitas selama proses penyelesaian Tugas Akhir Skripsi ini.

3. Bapak Prof. Dr Sumaryanto, M.Kes. selaku Dekan Fakultas Ilmu Keolahragaan, yang memberikan persetujuan pelaksanaan Tugas Akhir Skripsi.
4. Bapak Drs.Sriawan ,M.Kes. Penasehat Akademik, yang telah ikhlas memberikan ilmu kepada penulis.
5. Teman - teman UKM serta pelatih Klub yang sudah membantu saya dalam mengumpulkan data penelitian.
6. Teman-teman Kelas PJKR E 2016 yang telah memberikan semangat serta motivasi selama perkuliahan.
7. Semua pihak, yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan kepada saya selama proses penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.

Akhirnya, semoga segala bantuan yang telah diberikan oleh semua pihak diatas semoga menjadi amalan yang bermanfaat dan mendapatkan balasan dari Allah SWT/Tuhan Yang Maha Esa dan Tgas Akhir Skripsi ini menjadi informasi yang bermanfaat bagi pembaca atau pihak lain yang ingin membaca dan membutuhkan.

Yogyakarta 9 Juli
2020
Penulis



Abdurrochim
NIM:16601244018

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Masalah	5
F. Manfaat Penelitian	5
BAB II	7
KAJIAN TEORI	7
A. Deskripsi Teori	7
1. Sejarah Permainan Bulutangkis	7
2. Hakikat Permainan Bulutangkis	8
3. Manfaat Permainan Bulutangkis	9
4. Raket Bulutangkis	10
5. Merek Raket Bulutangkis	12
6. Pengertian Perilaku Konsumen	13
7. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	14

B. Penelitian Yang Relevan	24
C. Kerangka Berfikir	26
BAB III.....	27
METODE PENELITIAN.....	27
A. Desain Penelitian.....	27
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	27
C. Latar Penelitian	28
D. Populasi dan Sempel Penelitian.....	28
1. Populasi penelitian.....	28
E. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data.....	30
1. Instrumen Penelitian.....	30
2. <i>Expert Judgement</i>.....	33
3. Uji Coba Instrumen.....	33
F. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	34
a. Uji validitas instrumen	34
b. Uji Reliabilitas	34
c. Teknik Pengumpulan Data	36
G. Teknik Analisis Data	37
BAB IV.....	39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Deskripsi Data Hasil Penelitian	39
B. Hasil Penelitian	39
C. Pembahasan	53
D. Keterbatasan Penelitian	58
BAB V	59
KESIMPULAN DAN SARAN	59
A. Kesimpulan	59
B. Implikasi Hasil Penelitian	59
C. Keterbatasan Penelitian	60
D. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kisi Kisi Angket Uji Coba	31
Tabel 2. Skor Alternatif Jawaban.....	37
Tabel 3. Norma Penilaian.	38
Tabel 4. Sumbangan Presentase Per Faktor	40
Tabel 5. Distribusi Pengkategorian Data Faktor Budaya	42
Tabel 6. Distribusi Pengkategorian Data Faktor Sosial	44
Tabel 7. Distribusi Pengkategorian Data Faktor Pribadi.....	46
Tabel 8. Distribusi Pengkategorian Data Faktor Psikologis	47
Tabel 9. Distribusi Pengkategorian Data Faktor Harga	49
Tabel 10. Distribusi Pengkategorian Data Faktor Kualitas Produk	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Raket Bulutangkis	11
Gambar 2. Merek-Merek Raket Bulutangkis.....	12
Gambar 3. Kerangka Berfikir	26
Gambar 4. Diagram Batang Prosentase Per Faktor	41
Gambar 5. Diagram Batang Prosentase Faktor Budaya	43
Gambar 6. Diagram Batang Prosentase Faktor Sosial.....	45
Gambar 7. Diagram Batang Prosentase Faktor Pribadi	47
Gambar 8. Diagram Batang Presentase Faktor Psikologis.....	49
Gambar 9. Diagram Batang Prosentase Faktor Harga.....	51
Gambar 10. Diagram Batang Prosentase Faktor Kualitas Produk.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. SK Bimbingan	64
Lampiran 2. Kartu Bimbingan	65
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian	66
Lampiran 4. Surat Keterangan telah melaksanakan penelitian.....	67
Lampiran 5. Uji Instrumen	70
Lampiran 6. Angket Penelitian.....	74
Lampiran 7. Uji Reliabilitas	77
Lampiran 8. Tabulasi Data Keseluruhan	80
Lampiran 9. Olah data menggunakan SPSS Skor Per Faktor	83
Lampiran 10. Dokumentasi	87

BAB I

PEDAHLUAN

A. Latar Belakang Masalah

Permainan bulutangkis merupakan salah satu cabang olahraga permainan yang populer dan banyak digemari masyarakat di Indonesia, bahkan di seluruh dunia. Permainan ini menggunakan raket sebagai alat pemukul dan *shuttlecock* sebagai objek pukul, dapat dimainkan dilapangan tertutup maupun terbuka. Lapangan permainan berbentuk empat persegi panjang yang ditandai dengan garis, dibatasi oleh net untuk memisahkan antara daerah permainan sendiri dan permainan lawan. Permainan ini bersifat individual, dapat dimainkan satu orang lawan satu orang atau dua orang lawan dua orang. Dapat dimainkan oleh putera, puteri, dapat pula dimainkan oleh pasangan campuran putera dan puteri.

Sebagai olahraga bulutangkis yang digemari oleh masyarakat di Indonesia, banyak muncul industri-industri serta perusahaan-perusahaan pada bidang peralatan bulutangkis. Adanya kompetisi nasional dan internasional yang rutin setiap tahunnya memberikan peluang bisnis yang sangat besar bagi perusahaan pada bidang peralatan bulutangkis, salah satu komponen penting dalam bermain bulutangkis adalah raket. Popularitas serta persaingan yang ketat antara pemain bulutangkis membuat para pemain harus memiliki peralatan yang berkualitas. Dengan banyaknya perusahaan penjual peralatan bulutangkis di Indonesia menyebabkan terjadinya persaingan antara perusahaan, supaya konsumen tertarik

menggunakan produknya tersebut dipenuhi. Maka ia akan merasa puas, dan jika melebihi harapan konsumen, maka konsumen akan merasa senang.

Dengan banyaknya merek-raket Bulutangkis ternama, maka banyak pula variasi pilihan pemain dalam memilih raket yang sesuai dengan keinginan mereka, setiap pemain mempunyai pendapat sendiri dalam memilih raket. Berdasarkan brand raket bulutangkis yang beredar di negara Indonesia membuktikan bahwa pentingnya peran brand yaitu sebagai pengidentifikasi produk, mempermudah pengaturan produk, menawarkan perlindungan hukum, penentu kualitas, aset, serta mengamankan harga. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pemain dalam memilih raket bulutangkis, misalnya harga, berat dan grip raket, *balanced point*, dan lain-lain. Merek raket bulutangkis yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia salah satunya adalah merek Yonex, kedua adalah Carbonex dan ketiga adalah Astec (Awards, 2016).

Bulutangkis merupakan salah satu cabang olahraga permainan yang diminati hampir di berbagai penjuru dunia dan tidak sedikit yang menjadikannya sebagai sebuah hobi. Hal tersebut dikarenakan bulutangkis dapat dimainkan oleh berbagai kelompok umur, dari anak-anak, pemula, remaja, dewasa bahkan veteran pun masih banyak yang memilih cabang olahraga bulutangkis sebagai olahraga untuk menjaga dan mempertahankan kebugarannya, sehingga banyak kejuaraan yang

diadakan setiap tahunnya untuk ajang penyaluran bakat dan prestasi atlet-atlet di tiap daerah.

Di Kabupaten Sleman antusiasme warga dalam bermain bulutangkis sangat tinggi, hal ini bisa dilihat dari banyaknya jumlah klub-klub bulutangkis, dan lapangan bulutangkis yang disewakan, di Kabupaten Sleman banyak sekali pelajar ataupu mahasiswa yang mengikuti klub bulutangkis, guna untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam bermain bulutangkis, tidak sedikit dari mereka yang berlatih di klub adalah pemain bulutangkis profesional, kegiatan bermain bulutangkis di Kabupaten Sleman tidak hanya di minati oleh kalangan pelajar atau mahasiswa saja, tetapi masyarakat biasa juga turut antusias dalam kegiatan bermain bulutangkis, karena permainan bulutangkis tidak sulit untuk di mainkan maka banyak masyarakat memilih bermain bulutangkis untuk mengisi waktu luang dan menjadikannya sarana untuk berolahraga.

Dengan semakin banyaknya merk raket yang ada di pasaran memberikan keleluasaan bagi pemain untuk memilih merk yang sesuai dengan keinginannya. Karena itu perlu bagi peneliti untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi pemain memilih raket bulutangkis merek Li-Ning di Kabupaten Sleman khususnya produk raket bulutangkis merek Li-Ning. Dari hasil Observasi yang dilakukan oleh peneliti di 3 klub dan 1 Ukm yang ada di kabupaten sleman, di observasi sebanyak 58 orang pemain bulutangkis, dan di ambil 3 macam merek raket yang paling banyak di gunakan oleh pemain yaitu: Raket merek Li-Ning sebanyak 25

orang, raket merek Yonex sebanyak 22 orang dan raket merek Victor sebanyak 11 orang. Dari hasil observasi tersebut merek yang paling banyak di gunakan oleh pemain bulutangkis adalah merek 1.Li-Ning lalu 2.Yonex dan terahir 3.Victor.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka peneliti ingin mengetahui Faktor yang mempengaruhi pemain bulutangkis memilih raket bulutangkis merek Li-Ning di Kabupaten Sleman guna mengetahui faktor yang mempengaruhi pemain memilih raket bulutangkis.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada uraian yang dikemukakan dalam latar belakang masalah, maka muncul berbagai permasalahan yang perlu diperhatikan. Permasalahan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Faktor yang mempengaruhi pemain bulutangkis memilih raket merek Li-Ning di Kabupaten Sleman.
2. Mengetahui faktor yang mendominan dalam mempengaruhin pemain bulutangkis memilih raket bulutangkis merek Li-Ning
3. Hasil observasi di beberapa klub dan UKM Bulutangkis di Kabupaten Sleman, penggunaan raket merek Li-Ning lebih banyak di bandingkan raket merek lain

C. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian identifikasi masalah di atas, maka peneliti memberikan batasan masalah sebagai batasan ruang lingkup dari penelitian

yang akan dilakukan yaitu faktor yang mempengaruhi pemain bulutangkis memilih raket bulutangkis merek Li-Ning di Kabupaten Sleman

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah di atas, dapat

dirumuskan masalah sebagai berikut. “Apakah faktor yang mempengaruhi pemain bulutangkis memilih raket bulutangkis merek Li-Ning di Kabupaten Sleman”?

E. Tujuan Masalah

Adapun tujuan dari penelitian yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi pemain bulutangkis memilih raket bulutangkis merek Li-Ning di Kabupaten Sleman

F. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diberikan setelah dilaksanakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

a. Peneliti

Bagi penulis, selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan, juga dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan bidang ilmu manajemen

pemasaran olahraga, dan melatih penulis untuk dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh dari perkuliahan.

b. Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dan pengujian dari produk perusahaan raket bulutangkis Li-Ning, agar perusahaan brand raket bulutangkis Li-Ning dapat memberikan kualitas yang baik dan dapat menerima keuntungan secara maksimal.

2. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah pemahaman yang berguna bagi pemain bulutangkis mengenai faktor apa saja yang perlu di perhatikan dalam memilih raket bulutangkis merek Li-Ning, sehingga pemain bulutangkis mempunyai pemahaman tentang raket bulutangkis merek Li-Ning

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Sejarah Permainan Bulutangkis

Permainan bulutangkis semakin lama semakin diminati oleh masyarakat, karena permainan ini bisa dimainkan oleh banyak kalangan, baik masyarakat atas, menengah dan bawah. Perkembangan permainan bulutangkis bisa dilihat dari sarana dan prasarana yang semakin baik. Pada awal tercipta permainan ini, peralatan jaring hanya menggunakan seutas tali yang di bentangkan di tengah lapangan.

Di Indonesia, badminton dikenal juga sebagai bulutangkis. Perkembangan bulutangkis di Indonesia terkait dengan adanya kesadaran bahwa olahraga dapat membawa nama harum bangsa Indonesia di dunia. Oleh karenanya mulailah didirikan berbagai perkumpulan. Di Jakarta, 23 berdiri perkumpulan bulu tangkis yakni Persatuan Olahraga Republik Indonesia (PORI) pada tanggal 20 Januari 1947. Menurut Syahri Alhusin (2007:5), pada 5 Mei 1951 barulah dapat di bentuk Persatuan Bulutangkis Seluruh Indonesia. Untuk selanjutnya, Indonesia mulai masuk secara resmi di IBF pada tahun 1953.

Menurut Syahri Alhusin (2007:2), pada awalnya badminton disebut *battledore*. Dulu orang menggunakan penepak shuttlecock dari kayu (bat). Permainan semacam ini sudah di lakukan anak-anak dan orang dewasa lebih dari 2000 tahun lalu di India, Jepang, Siam (kini Thailand), Yunani, dan Cina.

2. Hakikat Permainan Bulutangkis

Sebelum mengetahui definisi dari permainan bulutangkis terlebih dahulu harus tahu tentang pengertian dari permainan. Menurut Herman Subardjah (2000: 13), permainan bulutangkis merupakan permainan yang bersifat individual yang dapat dilakukan dengan cara satu orang melawan satu orang atau dua orang melawan dua orang. Dalam hal ini permainan bulutangkis mempunyai tujuan bahwa seorang pemain berusaha agar lawan tidak dapat memukul shuttlecock dan jatuhnya di dalam daerah permainannya sendiri.

Permainan bulutangkis merupakan permainan yang bersifat individual dan dapat dilakukan pada nomor tunggal, ganda dan ganda campuran. Permainan ini menggunakan raket sebagai alat pemukul dan shuttlecock sebagai objek yang dipukul. Beberapa alat dan peraturan yang juga mendukung adalah memiliki ukuran resmi lapangan, tiang, jaring (net), perwasitan dan penilaian.

Menurut Tony Grice (1999: 1) Bulutangkis merupakan salah satu olahraga yang terkenal di dunia. Bulutangkis tidak dipantulkan dan harus dimainkan di udara, sehingga permainan ini merupakan permainan cepat yang membutuhkan gerak reflek yang baik dan tingkat kebugaran yang tinggi.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa permainan bulutangkis adalah permainan yang dilakukan dengan cara memukul sebuah shuttlecock menggunakan raket, melewati net ke bidang

permainan lawan, hingga lawan tidak dapat mengembalikannya kembali. Permainan bulutangkis dilaksanakan oleh dua belah pihak yang saling memukul shuttlecock secara bergantian dan bertujuan menjatuhkan atau menempatkan shuttlecock di daerah lawan untuk mendapatkan poin.

3. Manfaat Permainan Bulutangkis

Permainan bulutangkis memiliki banyak manfaat bagi yang memainkannya ataupun bagi penonton, pedagang, perusahaan, dan semua orang yang mampu memanfaatkan peluang dalam permainan ini. Manfaat yang akan dibahas dalam hal ini adalah mengenai manfaat permainan bulutangkis bagi tubuh seseorang.

Menurut Herman Subardjah (2000:17), menyatakan bahwa bulutangkis merupakan cabang olahraga yang membutuhkan daya tahan keseluruhan, di samping menunjukkan ciri sebagai aktivitas jasmani yang memerlukan kemampuan anaerobik. Sedangkan menurut pendapat dari Amat Komari (2008:47), menyatakan bahwa bagi para pelaku olahraga bulutangkis memberikan manfaat yang sangat banyak bagi pertumbuhan dan perkembangan serta tantangan emosional dan memupuk jiwa sosial.

Dari kedua pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa permainan bulutangkis memiliki banyak manfaat yaitu untuk meningkatkan daya tahan tubuh, meningkatkan kemampuan dalam bergerak, meningkatkan perkembangan baik tangan, kaki, badan dan tungkai, serta untuk meningkatkan perkembangan emosional dan sosial.

4. Raket Bulutangkis

Raket bulutangkis digunakan sebagai alat untuk memukul shuttlecock ke arah bidang permainan lawan. Gagang atau kerangka raket terbuat dari bahan campuran serat karbon, grafit, alumunium, dan beberapa diantaranya campuran titanium. Di tengah daun raket terdapat jaring yang dibuat dari senar (string) berupa tali plastik sintetis. Senar raket pada bulutangkis yang baik adalah senar yang bisa dipasang sekencang-kencangnya tetapi tidak mudah putus (dengan tarikan 21-24 ukuran kekencangan raket) agar dapat memantulkan shuttlecock dengan kencang dan cepat.

Panjang raket yang digunakan dalam permainan bulutangkis memiliki ukuran standar 66-68 cm dan lebar kepala raket 22 cm. Sebagai pegangannya, raket tidak di atur dengan ukuran tertentu, hal ini disesuaikan dengan keinginan pemain. Beberapa pendapat para ahli tentang ukuran raket pada permainan bulutangkis.

Menurut Sukma Aji (2016: 74), 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).

Menurut James Pool (2013:12), raket terbuat dari campuran serat karbon dan beberapa diantaranya campuran titanium. Sedangkan menurut Herman 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 Syahri Alhusin (2007:12), raket standar memiliki ukuran panjang 66-68 cm dan lebar kepala 22 cm.



Gambar 1. Raket bulutangkis

Sumber: Syahri Alhusin (2007:11)

5. Merek Raket Bulutangkis



Gambar 2 Merek-Merek Raket Bulutangkis

Sumber: Data Diolah (2017)

Dalam perkembangan raket bulutangkis berawal dari bahan kayu hingga bahan-bahan lainnya seperti titanium, grafit dan aluminium, dan lain-lain. Setiap merek bulutangkis memiliki fitur dan keunggulan masing-masing yang bervariasi. Setiap merek raket memiliki fitur dan keunggulan masing-masing yang disesuaikan dengan tipe atau gaya permainan (*playstyle*) pemain bulutangkis. Masing-masing merek raket bulutangkis memiliki spesifikasi raket sehingga konsumen dapat memiliki informasi yang memadai tentang raket yang hendak dibelinya tersebut. Adapun beberapa merek raket bulutangkis yaitu merek Yonex, Li-Ning, Flypower, Victor, Reinforce Speed (RS), Astec, dan lain-lain (Gambar 2).

6. Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen menyangkut masalah keputusan yang diambil seseorang dalam persaingannya dan penentuan untuk mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa. Konsumen mengambil banyak macam keputusan membeli setiap hari. Kebanyakan perusahaan besar meneliti keputusan membeli konsumen secara amat rinci untuk menjawab pertanyaan mengenai apa yang dibeli konsumen, dimana mereka membeli, bagaimana dan berapa banyak mereka membeli, serta mengapa mereka membeli. Pemasar dapat mempelajari apa yang dibeli konsumen untuk mencari jawaban atas pertanyaan mengenai apa yang mereka beli, dimana dan berapa banyak, tetapi mempelajari mengenai alasan tingkah laku konsumen bukan hal yang mudah, jawabannya seringkali tersembunyi jauh dalam benak konsumen.

Pengertian perilaku konsumen seperti diungkapkan oleh Mowen (2002: 6) yang menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah studi tentang unit pembelian (buying unit) dan proses pertukaran yang 17 melibatkan perolehan, konsumsi dan pembuangan, barang, jasa, pengalaman serta ide-ide. 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. Dari pengertian diatas maka perilaku konsumen merupakan

tindakan-tindakan dan hubungan sosial yang dilakukan oleh konsumen perorangan, kelompok maupun organisasi untuk menilai memperoleh dan menggunakan barang-barang serta jasa melalui proses pertukaran atau pembelian yang diawali dengan proses pengambilan keputusan yang menentukan tindakan-tindakan tersebut.

7. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Dalam memahami perilaku konsumen perlu dipahami siapa konsumen, sebab dalam suatu lingkungan yang berbeda akan memiliki penelitian, kebutuhan, pendapat, sikap dan selera yang berbeda.

Menurut Kotler (2001: 144) bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Sebagian faktor-faktor tersebut tidak diperhatikan oleh pemasar tetapi sebenarnya harus diperhitungkan untuk mengetahui seberapa jauh faktor-faktor perilaku konsumen tersebut mempengaruhi pembelian konsumen.

Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

a. Faktor budaya

Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari lembaga-lembaga penting lainnya. Faktor budaya memberikan pengaruh paling luas dan dalam pada tingkah laku konsumen (Kotler, 2001: 167). Pemasar harus mengetahui peran yang dimainkan oleh budaya.

1) Budaya

Budaya adalah kumpulan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan tingkah laku yang di pelajari oleh seorang anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga penting lainnya. Menurut Kotler dan Armstrong (1997: 144) Termasuk dalam budaya ini adalah pergeseran budaya serta nilai-nilai dalam keluarga

2) Sub budaya

Sub budaya adalah sekelompok orang dengan sistem nilai terpisah berdasarkan pengalaman dan situasi kehidupan yang umum. Sub budaya termasuk nasionalitas, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis.

3) Kelas sosial

Kelas sosial adalah divisi masyarakat yang relatif permanen dan teratur dengan para anggotanya menganut nilai-nilai, minat dan tingkah laku yang serupa.

b. 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, 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 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

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.

c. Faktor pribadi

Faktor pribadi 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: 1991) 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 membelynanya. 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.

d. Faktor psikologis

Faktor psikologis sebagai bagian dari pengaruh lingkungan dimana ia tinggal dan hidup pada waktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh dimasa lampau atau antisipasinya pada waktu yang akan datang. Pilihan barang yang dibeli seseorang lebih lanjut dipengaruhi oleh faktor psikologi, yaitu:

1) Motivasi

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: 1994).

Menurut Engel (2000: 283) bahwa mula-mula seseorang mencoba untuk memuaskan kebutuhan yang paling utama (kebutuhan primer). Kalau sudah terpuaskan, kebutuhan itu tidak lagi menjadi motivator dan kemudian orang tersebut akan mencoba memuaskan kebutuhan paling penting berikutnya. Misalnya orang yang kelaparan (kebutuhan fisiologis) tidak akan tertarik dengan apa yang terjadi dalam dunia seni (kebutuhan mengaktualisasikan diri), tidak juga pada bagaimana orang lain memandang dirinya atau penghargaan orang lain (kebutuhan sosial atau penghargaan),

bahkan tidak tertarik juga pada apakah mereka menghirup udara bersih (kebutuhan rasa aman).

Menurut Engel (2000: 285) bahwa kebutuhan yang diaktifkan akhirnya menjadi diekspresikan dalam perilaku dan pembelian dan konsumsi dalam bentuk dua jenis manfaat yaitu: 1) Manfaat utilitarian dan 2) Manfaat hedonik/pengalaman. Dalam motif pembelian produk menurut Engel (2000: 285) adalah dengan mempertimbangkan dua manfaat yaitu manfaat utilitarian merupakan atribut produk fungsional yang obyektif. Manfaat hedonik, sebaliknya mencakup respon emosional, kesenangan panca indera, mimpi, dan pertimbangan estetis.

2) Persepsi

Persepsi adalah proses yang dilalui orang dalam memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran yang berarti mengenai dunia. Seseorang yang termotivasi siap untuk bertindak. Bagaimana orang tersebut bertindak dipengaruhi oleh persepsinya mengenai situasi. Orang dapat membentuk persepsi berbeda dari rangsangan yang sama karena 3 macam proses penerimaan indera (Kotler, 2001: 196), yaitu:

3. Pengetahuan

Pembelajaran menggambarkan perubahan dalam tingkah laku individual yang muncul dari pengalaman. Pentingnya praktik dari teori pengetahuan bagi pemasar adalah mereka dapat membentuk permintaan akan suatu produk dengan menghubungkannya dengan dorongan yang

kuat, menggunakan petunjuk yang membangkitkan motivasi, dan memberikan

peranan positif. Menurut Kotler (2000: 157) bahwa pembelajaran menggambarkan perubahan dalam tingkah laku individual yang muncul dari pengalaman. Pembelajaran berlangsung melalui saling pengaruh dorongan, rangsangan, petunjuk respon, dan pemberan

4. Keyakinan dan sikap

Melalui tindakan dan pembelajaran, orang mendapatkan keyakinan dan sikap. Keduanya ini, pada waktunya mempengaruhi tingkah laku membeli. 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. Pemasaran tertarik pada keyakinan bahwa orang yang merumuskan mengenai produk dan jasa spesifik, karena keyakinan ini menyusun citra produk dan merk yang mempengaruhi tingkah laku membeli. Bila ada sebagian keyakinan yang salah dan menghalangi pembelian, pemasar pasti

ingin meluncurkan usaha untuk mengoreksinya atau evaluasi. 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 (2000: 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.

8. Harga

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”. Menurut Effendi M. Guntur (2010:281)

Kotler & Amstrong (2016:324) mendefinisikan bahwa : “*Price the amount of money charged for a product or service, or the sum of the value that customers exchange for the benefits or having or using the product or service*”.(harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarka untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa).

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. Mahmud Machfoed (2010:69)

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).

9. Kualitas produk

Setelah mempertimbangkan harga, konsumen juga mempertimbangkan kualitas produk yang akan dibeli, 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)

Dalam bukunya Pride & Ferrel (2010:317) mengatakan bahwa *“quality refers to the overall characteristics of a product that allow it to perform as expected in satisfying customer needs”*. Dari kalimat tersebut dapat diungkapkan bahwa kualitas produk mengacu pada keseluruhan karakteristik dari sebuah produk yang menggambarkan performa produk sesuai yang diharapkan oleh pelanggan dalam memenuhi dan memuaskan keinginan pelanggan.

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

Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi rujukan penelitian ini adalah:

1. Oleh Juniarto Nugroho Putra, judul “faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk sepatu futsal merk Adidas pada pelanggan lapangan futsal GOR Surya di Boyolali” tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar faktor-faktor mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian dan menganalisis pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk sepatu futsal merk Adidas pada pelanggan lapangan futsal GOR Surya di Boyolali. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara hasil penelitian dan pembahasan, penelitian ini menyimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian (X) terhadap keputusan

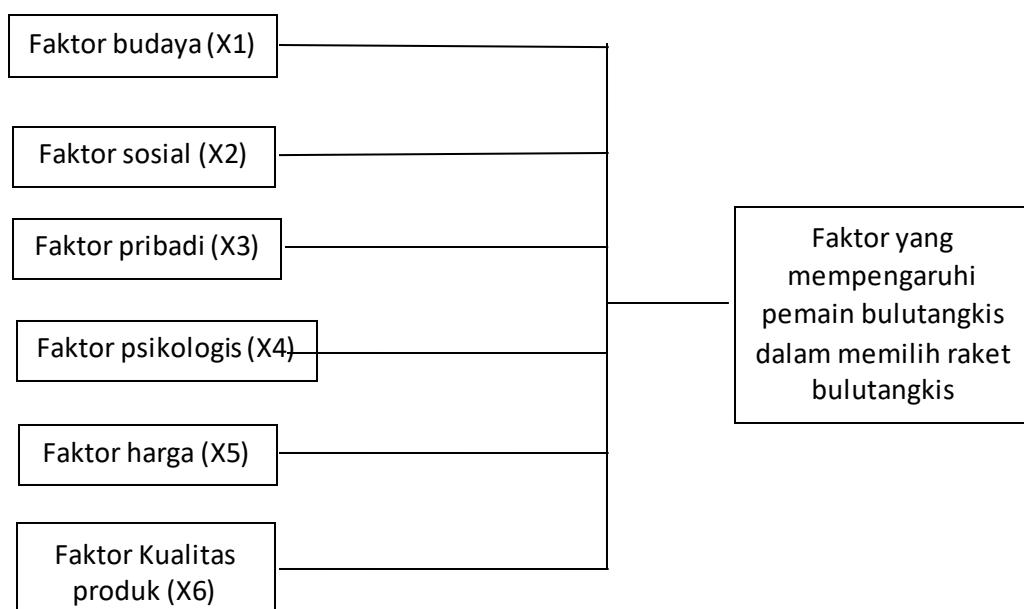
pembelian (Y) yaitu faktor budaya (X1) 20,04 %, faktor sosial (X2) 20,22 %, faktor pribadi (X3) 35,40 %, dan faktor psikologis (X4) 24,34 %. Dari hasil tersebut di atas responden dipengaruhi oleh beberapa faktor tersebut. Dari data statistik diatas dapat diketahui bahwa sumbangan terbesar terhadap keputusan pembelian yaitu faktor pribadi (X3) dengan prosentase 35,40%. Berdasarkan hal tersebut faktor yang paling mempengaruhi keputusan pembelian adalah faktor pribadi.

2. Penelitian Wawan Joko Prasojo (2012) dengan judul “Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Handphone Nokia Bekas pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNS Surakarta” penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui faktor model, kualitas, harga, tempat serta promosi secara individu maupun bersama-sama mempengaruhi keputusan konsumen membeli handphone NOKIA bekas. Penelitian ini mengambil 100 responden dengan menggunakan metode quota sampling. Dalam pengolahan data digunakan analisis yaitu Regresi Linier berganda, uji F, serta uji t. Dari pengolahan data yang telah dilakukan, maka didapatkan persamaan Regresi $Y = -8,096 + 0,518X1 + 0,299X2 + 0,468X3 + 0,326X4 + 0,207X5$. Dari uji F diketahui bahwa bahwa variabel model, kualitas, harga, tempat serta promosi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, ini terlihat dari hasil F hitung (60,437) > (2,29). Diantara variabel model, kualitas, harga, tempat serta promosi variabel

yang paling dominan atau terbesar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian adalah model terlihat dari 36 hasil uji t yaitu sebesar 4,120 di bandingkan variabel harga sebesar 3,802, variabel tempat sebesar 3,559, kualitas sebesar 3,514 serta promosi sebesar 1,991 sedangkan dari hasil Adjusted R. Square terlihat bahwa nilai R sebesar 0,750.

C. Kerangka Berfikir

Faktor budaya,faktor sosial,faktor pribadi, faktor psikologis, faktor harga,faktor kualitas produk secara bersama-sama mempengaruhi pemain bulutangkis dalam memilih raket. Oleh karena itu sangat penting bagi pemain bulutangkis mengetahui faktor apa saja yang perlu di perhatikan sebelum membeli produk raket bulutangkis untuk di gunakan dalam bermain bulutangkis.



Gambar 3. Kerangka Berfikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif Desain penelitian ini merupakan penelitian deskriptif karena bermaksud untuk meneliti dan menentukan informasi sebanyak-banyaknya dari suatu fenomena tertentu dan berusaha memberi gambaran secermat mungkin mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pemain bulutangkis memilih raket bulutangkis merek Li-Ning di Kabupaten Sleman.

B. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Untuk mencapai tujuan penelitian ini, perlu diketahui terlebih dahulu

variabel penelitiannya, karena variabel merupakan sesuatu yang akan menjadi objek penelitian yang berperan dalam peristiwa yang akan diukur. Menurut Sugiyono (2013:38), definisi variabel pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut.

kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi pemain bulutangkis memilih raket bulutangkis merek Li-Ning di Kabupaten Sleman. Definisi operasional dalam penelitian ini yaitu faktor yang mempengaruhi pemain

memilih raket bulutangkis yang di pengaruhi oleh, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, faktor harga dan faktor kualitas produk.

C. Latar Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 18 hari dari tanggal 3 – 18 Mei 2020. Waktu penelitian menyesuaikan responden, dilakukan secara online menggunakan *google form* dan *whatsapp*

D. Populasi dan Sempel Penelitian

1. Populasi penelitian

Menurut Sugiyono (2013: 80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2013:173), populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi atau studi sensus.

Populasi dalam penelitian ini adalah pemain bulutangkis UKM Bulutangkis UNY, UKM Bulutangkis UGM, UKM Bulutangkis UPN Veteran, Klub Bulutangkis Jaya Raya Satria, Klub Bulutangkis Pancing Sembada yang berjumlah 250 pemain

2. Sampel penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono (2015:84) pengertian *purposive Sampling* adalah sebagai berikut: "Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu." Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan Teknik *purposive Sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan yang telah penuliskan, oleh karena itu penulis memilih Teknik *purposive sampling* dengan menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

Dikarenakan objek penelitian ini adalah raket merek Li-Ning maka dalam penelitian ini terdapat kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel pada penelitian ini adalah.

1. Pemain bulutangkis
2. Menggunakan raket bulutangkis merek Li-Ning

Di dalam penelitian ini sampel yang dibutuhkan untuk pengumpulan data yaitu 70 pemain, dengan kriteria sampel yang telah ditentukan di atas.

E. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

1. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiono (2010: 146) Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Menurut Suharsimi Arikunto (2006: 160) Instrumen penelitian adalah alat atau Fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cepat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket (kuesioner). Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup yang berisiakan butir-butir pertanyaan yang harus dijawab oleh pelanggan yang akan dijadikan data penelitian.

Sumber data yang digunakan adalah data primer. Adapun data primernya dalam hal ini adalah data yang diperoleh dari jawaban responden yang diteliti, yaitu berupa data mengenai pendapat atau fenomena dari obyek.

Menurut Sutrisno Hadi (1999: 7), dalam menyusun instrumen langkah-langkah pokok yang harus diperhatikan yaitu:

- a. Mendefinisikan konstrak, berarti membatasi variabel yang akan diukur. Peubah utama yang akan diukur adalah faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

- b. Menyidik faktor, yaitu unsur atau faktor-faktor dari variabel diatas dijabarkan menjadi faktor-faktor yang diukur. Faktor-faktor itu dijadikan tolak ukur untuk menyusun instrumen berupa pertanyaan pertanyaan yang diajukan pada responden.
- c. Menyusun butir-butir pertanyaan berdasarkan pada isi faktor.

Menyusun butir-butir pertanyaan berdasarkan faktor-faktor yang menyusun konstrak, 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 1. Kisi Kisi Angket Uji Coba

Variabel	Faktor	Indikator	Nomor Butir Soal	Jumlah Soal
	1. Faktor Budaya	<ul style="list-style-type: none"> • Budaya • Kelas Sosial 	1, 2,3, 4, 5	5
	2. Faktor Sosial	<ul style="list-style-type: none"> • Kelompok • Keluarga • Peran dan Status 	6, 7, 8, 9, 10, 11	6
	3. Faktor Kepribadian	<ul style="list-style-type: none"> • Pekerjaan 	12,13,14,15, 16,17	7

		<ul style="list-style-type: none"> • Status ekonomi • Gaya hidup • Keperibadian 		
	4. Faktor Psikoologis	<ul style="list-style-type: none"> • Pengetahuan • Keyakinan dan Sikap 	18,19,20,21, 22, 23, 24,25	8
	5. Faktor Harga	<ul style="list-style-type: none"> • Kesesuaian harga dengan kualitas produk • Perbandingan harga dengan produk lain • Keterjangkauan harga 	26,27,28,29, 30,31,32,33	8
	6. Faktor Kualitas Produk	<ul style="list-style-type: none"> • Daya tahan raket • Kelebihan raket 	34,35,36,37, 38,39,40,41, 42	9

2. *Expert Judgement*

Menurut Sugiyono (1992: 94), Expert Judgement merupakan pendapat dari ahli. Setelah menyusun butir-buir pertanyaan selesai, penelitian berkonsultasi dengan para ahli yang berkompeten dengan materi penelitian. Kriteria ahli meliputi bidang ilmu keolahragaan. Pengajar atau dosen di bidang keolahragaan yaitu Bapak Drs. Amat Komari, M.Si. Setelah melalui beberapa konsultasi, maka dinyatakan angket instrumen yang dibuat peneliti bisa digunakan untuk uji coba dan pada akhirnya boleh dijadikan alat untuk pengambilan data penelitian.

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 sahih 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.

Ujicoba instrumen dalam penelitian ini mengambil 20 pemain bulutangkis yang dijadikan sempel, untuk uji coba dilakukan pada tanggal 28 April - 2 Mei 2020 dengan memberikan angket uji instrumen yang akan diisi oleh 20 responden secara acak. Yaitu

pemain bulutangkis yang menggunakan raket bulutangkis merek Li-Ning.

F. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji validitas instrumen

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen (Suharsimi Arikunto, 2013:211). Instrumen dikatakan valid apabila mampu digunakan untuk mengukur apa yang ingin diukur dan mengungkap data dari variabel yang akan diteliti dengan tepat. Perhitungan validitas penelitian digunakan untuk mengetahui apakah instrumen itu mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk perhitungan validitas butir digunakan sebagai kriteria pembanding adalah instrumen itu sendiri.

Hasil uji validitas yang diperoleh dari hasil ujicoba instrumen dilaksanakan dengan rumus korelasi person product momen dengan alat bantu SPSS versi 21.0. 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%.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Suharsimi Arikunto, (2013:221), uji reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup

dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus alpha. Uji signifikan dilakukan pada taraf alpha= 0,06 atau lebih. Untuk penghitungan keterandalan instrumen menggunakan rumus Alpha Cronbach dengan bantuan SPSS versi 21 for windows, dengan rumus :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum st^2}{st^2} \right)$$

Keterangan : r_{11} = Reliabilitas instrumen banyaknya item atau butir soal

$\sum St^2$ = Jumlah varians butir

St^2 = Varians total

(Suharsimi Arikunto, 2006: 239)

Sebagai tolak ukur tinggi rendahnya koefesien realibilitas digunakan interpretasi yang dikemukakan oleh Suharsimi Arikunto (1993: 233) sebagai berikut:

0,800 - 1,00 = Sangat tinggi

0,600 - 0,800 = Tinggi

0,400 - 0,600 = Cukup

0,200 - 0,400 = Rendah

0,00 - 0,200 = Sangat rendah

Berdasarkan hasil perhitungan reliabilitas menggunakan teknik Alpha Cronbach melalui program SPSS seri 21.0 reliabilitas diperoleh koefisien Alpha pada kuesioner sebesar

0,961 dan masuk dalam interpretasi sangat tinggi. Dapat disimpulkan bahwa

kuesioner dalam penelitian ini adalah reliabel sehingga layak digunakan untuk pengambilan data penelitian.

c. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan secara acak untuk memperoleh sampel dari populasi yang dimaksud, agar diperoleh data yang baik maka dipilih dengan menggunakan teknik:

1) Purposive sampling

Mengambil sampel yang sesuai kriteria yang telah ditentukan sebelumnya. karena tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan yang telah penulistentukan.

2) Kuisisioner

Kuesisioner yang dibagikan langsung oleh Peneliti kepada responden yang dilakukan secara online menggunakan google formulir di Klub, Ukm bulutangkis yang ada di Kabupaten Sleman. Dalam penelitian ini angket yang digunakan oleh peneliti adalah angket tertutup. Dengan demikian dalam penelitian ini responden dalam menjawab pertanyaan hanya menggunakan salah satu di antara kategori. Kategori tersebut adalah sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS) dan sabgat tidak setuju (STS) dengan memberi

tanda checklist (✓). Keempat alternatif jawaban pada setiap butir pertanyaan memiliki skor nilai 4,3,2,1.

Tabel 2. Skor Alternatif Jawaban

Alternatif Jawaban	Skor Alternatif Jawaban	
	Positif	Negatif
Sangat Setuju (SS)	4	1
Setuju (S)	3	2
Tidak Setuju (TS)	2	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

Sumber: Saifuddin Azwar (2010: 6-8)

Lina Miftahul Jannah, (2013:145), pernyataan tertutup memiliki beberapa keunggulan, yaitu lebih mudah dijawab oleh responden, hasil jawabannya lebih mudah dibandingkan dan analisis antara satu responden dengan responden lain, dapat digunakan untuk pertanyaan yang sifatnya sensitif, dan lebih dimengerti.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif kuantitatif. Untuk memperjelas proses analisis maka setelah melihat data dari hasil pengisian angket, dilakukan proses pengkategorian. Pengkategorian tersebut menggunakan Mean dan Standar Deviasi. Menurut Saifuddin A

zwar (2010: 43) untuk menentukan kriteria skor dengan menggunakan Penelitian Acuan Norma (PAN) dalam skala tabel berikut:

Tabel 3. 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 deviasi

X : Skor yang diperoleh

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Klub dan UKM bulutangkis yang ada di Kabupaten Sleman, pengumpulan data di lakukan secara online melalui media Googleform dan Whatsapp, hal ini di lakukan karena jumlah responden yang dijangkau disetiap Klub dan UKM yang sangat banyak, dan juga mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data dari responden

Pelaksanaan di laksanakan pada tanggal 3 – 16 Mei 2020 dan dilakukan secara bertahap, peneliti menghubungi pelatih – pelatih untuk menyebarkan angket kepada para responden yang sesuai dengan kriteria, yaitu pemain bulutangkis yang menggunakan raket merek Li-Ning.

B. Hasil Penelitian

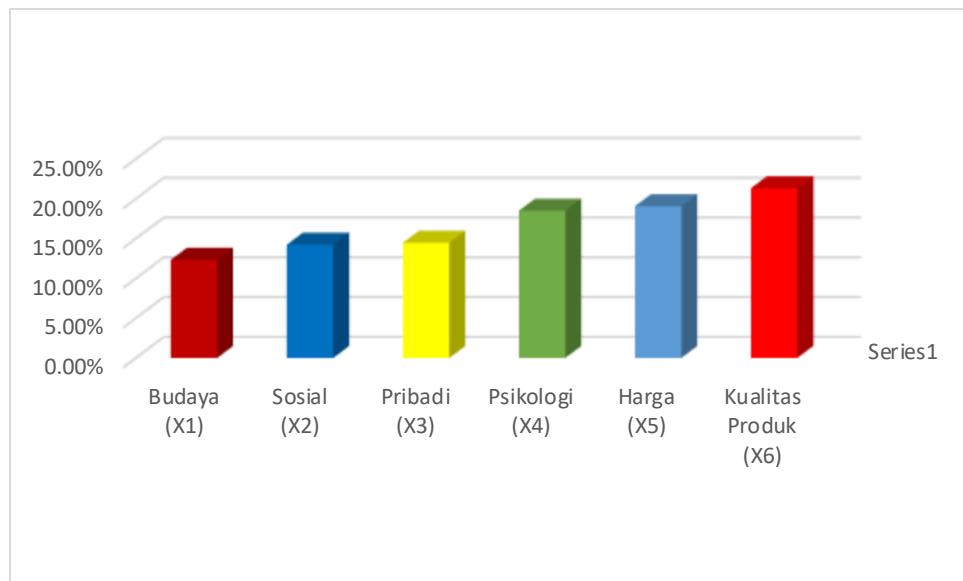
Data hasil analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemain bulutangkis memilih raket bulutangkis merek Li-Ning di Kabupaten Sleman, diperoleh dengan cara menyebarkan angket yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang berjumlah 42 petanyaan, Kemudian diisi oleh 70 responden yang masuk dalam kriteria yaitu pengguna raket bulutangkis merek Li-Ning. Data yang di peroleh didalam penelitian ini berbentuk skor yang berasal dari faktor-faktor yang sudah di tentukan (X) yaitu faktor budaya (X1), faktor sosial (X2), faktor pribadi (X3), faktor sosial (X4), faktor harga (X5), faktor kualitas produk (X6).

Dari keseluruhan data yang di peroleh diketahui total nilai dan presentase sumbangan masing-masing faktor yang berasal dari faktor-faktor yang telah di tentukan (X) yaitu faktor budaya (X1) total 1106 dengan 12,32%, faktor sosial (X2) total 1277 dengan 14,24%, faktor pribadi (X3) total 13,08, faktor psikologi (X4) total 1661 dengan 18,50%, faktor harga (X5) total 1711 dengan 19,06% dan faktor kualitas produk (X6) total 1914 dengan 21,32%. Adapun sumbangan presentase per faktor di jelaskan di dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4. Sumbangan Presentase Per Faktor

NO	Faktor	Total	Persentase
1	Budaya (X1)	1106	12,32%
2	Sosial (X2)	1277	14,23%
3	Pribadi (X3)	1308	14,57%
4	Psikologi(X4)	1661	18,50%
5	Harga (X5)	1711	19,06%
6	Kualitas Produk (X6)	1914	21,32%
Jumlah		8977	100%

Untuk memperjelas tabel sumbangan persentase per faktor, selanjutnya akan disajikan ke dalam bentuk diagram batang berikut:



Gambar 1. Diagram Batang Prosentase Per Faktor

Dari data statistik diatas dapat diketahui bahwa sumbangan terbesar

dari analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemain memilih raket bulutangkis merek Li-Ning di Kabupaten Sleman, yaitu faktor kualitas produk (X6) nilai total 1914 dengan prosentase 21,32%.

Hasil skor kuisioner pada pemain bulutangkis di Kabupaten Sleman dari 70 responden yang di analisis dengan bantuan *software MS.Excel* dan *SPSS 21.0* diperoleh nilai faktor-faktor yang mempengaruhi pemain memilih raket bulutangkis merek Li-Ning di Kabupaten Sleman. Setelah hasil skor koesioner diperoleh, dilakukan analisis per faktor.

Analisis pengkategorian faktor yang mempengaruhi pemain (X), terdiri atas enam faktor, yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis, faktor harga, faktor kualitas

1. Faktor Budaya

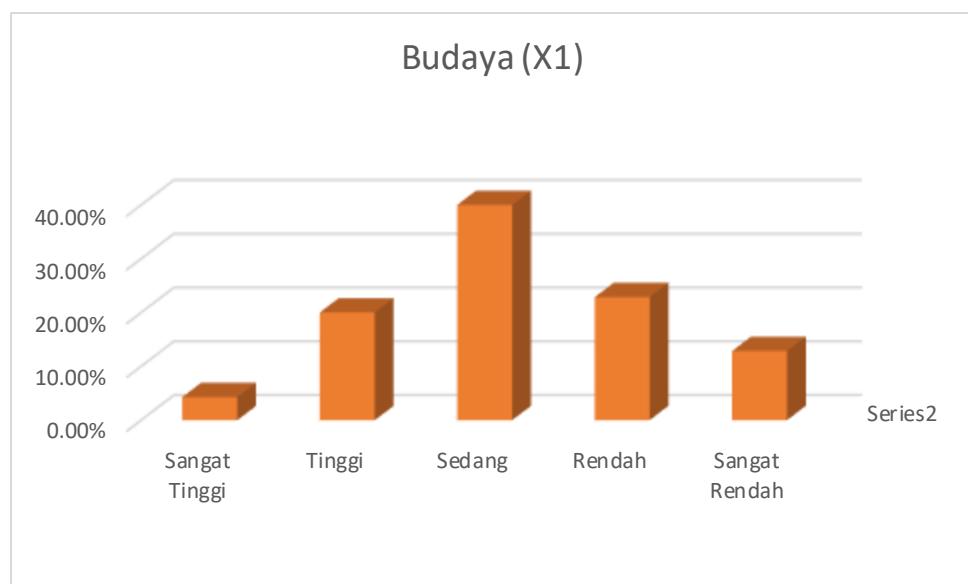
Dari hasil penelitian di dapatkan faktor budaya memberikan sumbangan sebesar 12,32%. Data yang di peroleh dari faktor budaya di ketahui bahwa nilai maksimum sebesar 20,00, nilai minimum 12,00, dengan mean sebesar 15,80, median 15,00, modus 15,00, dan standar deviasi (SD) sebesar 2,15. Setelah data faktor budaya telah di dapat, maka akan dikonversikan kedalam 5 kategori, berikut ini adalah tabel pengkategorian data mengenai faktor budaya.

Tabel 5. Distribusi Pengkategorian Data Faktor Budaya

Kategori	Interval	Frekuensi	Percentase
Sangat Tinggi	$19 < X$	7	10 %
Tinggi	$17 < X \leq 19$	7	10%
Sedang	$15 < X \leq 17$	15	21,43%
Rendah	$13 < X \leq 15$	33	47,14%
Sangat Rendah	$X \leq 13$	8	11,43%
Total		70	100%

Berdasarkan tabel distribusi pengkategorian faktor budaya di atas, tampak bahwa 7 responden (10%) menyatakan sangat tinggi, 7 responden (10%) menyatakan tinggi , 15 reaponden (21,43%)

menyatakan sedang , 33 responden (47,14%) menyatakan rendah dan 8 responden (11,43%) menyatakan sangat rendah. Apabila dilihat dari frekuensi tiap kategori, terlihat bahwa faktor yang mempengaruhi pemain bulutangkis (X) dari faktor budaya (X1) memilih raket bulutangkis merek Li-Ning (Y) adalah rendah. Untuk memperjelas tabel pengkategorian data faktor budaya di atas, selanjutnya akan disajikan ke dalam bentuk diagram batang berikut:



Gambar 2. Diagram Batang Prosentase Faktor Budaya

2. Faktor Sosial

Dari hasil penelitian didapatkan faktor sosial memberikan sumbangan sebesar 14,23% dan faktor sosial diukur dengan angket berjumlah 6 butir dengan skor 1 s.d. 4. Data yang di peroleh dari faktor sosial diketahui bahwa nilai maksimum sebesar 20,00, nilai minimum sebesar 12,00, dengan mean sebesar 18,24, median

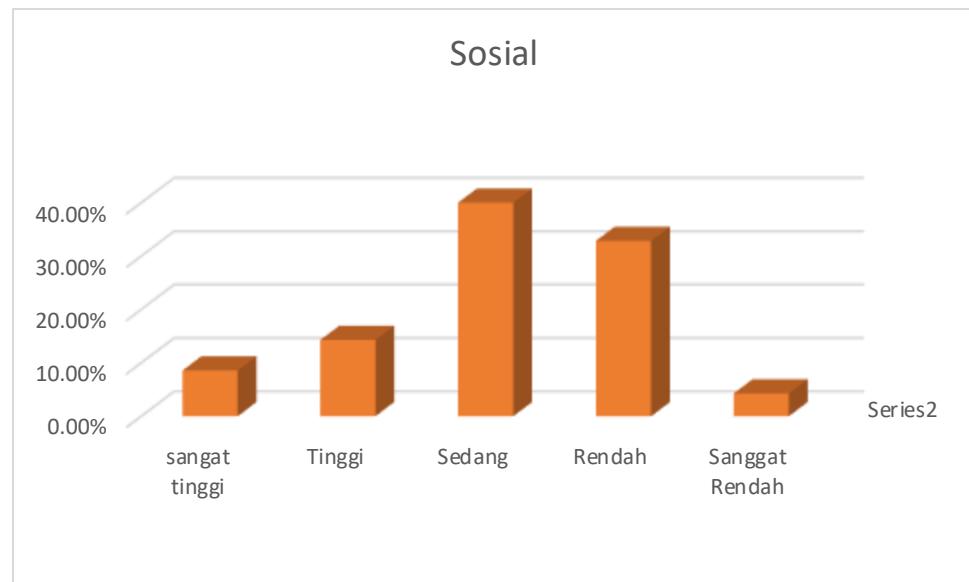
18,00, modus 18,00, dan standar deviasi 3,10. Setelah data faktor sosial telah di dapat, maka akan dikonversikan kedalam 5 kategori, berikut ini adalah tabel pengkategorian data mengenai faktor Sosial:

Tabel 6. Distribusi Pengkategorian Data Faktor Sosial

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangat Tinggi	$23 < X$	3	4,28%
Tinggi	$20 < X \leq 23$	14	20%
Sedang	$17 < X \leq 20$	28	40%
Rendah	$14 < X \leq 17$	16	22,86%
Sangat Rendah	$X \leq 14$	9	12,86%
Total		70	100%

Berdasarkan tabel distribusi pengkategorian faktor sosial di atas, tampak bahwa 3 responden (4,28%) menyatakan sangat tinggi, 14 responden (20%) menyatakan tinggi , 28 reaponden (40%) menyatakan sedang , 16 responden (22,86%) menyatakan rendah dan 9 responden (12,86%) menyatakan sangat rendah. Apabila dilihat dari frekuensi tiap kategori, terlihat bahwa faktor yang mempengaruhi pemain bulutangkis (X) dari faktor budaya (X2) memilih raket bulutangkis merek Li-Ning (Y) adalah sedang. Untuk

memperjelas tabel pengkategorian data faktor sosial di atas, selanjutnya akan disajikan ke dalam bentuk diagram batang berikut:



Gambar 3. Diagram Batang Prosentase Faktor Sosial

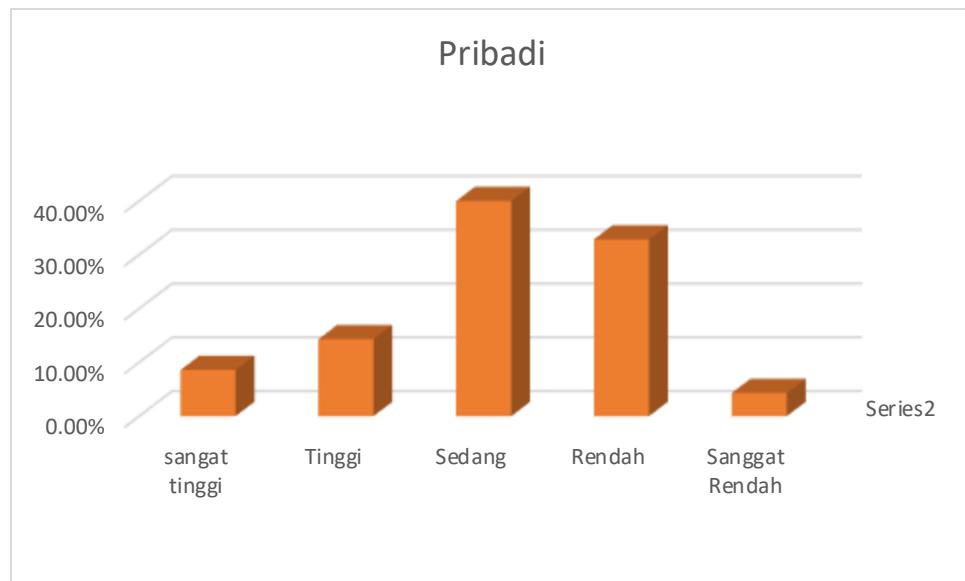
3. Faktor Pribadi

Dari hasil penelitian didapatkan faktor Pribadi memberikan sumbangan sebesar 14,57% dan faktor pribadi diukur dengan angket berjumlah 6 butir dengan skor 1 s.d. 4. Data yang di peroleh dari faktor pribadi diketahui bahwa nilai maksimum sebesar 24,00, nilai minimum sebesar 11,00, dengan mean sebesar 18,69, median 18.00, modus 18,00, dan standar deviasi 2,75. Setelah data faktor Pribadi telah di dapat, maka akan dikonversikan kedalam 5 kategori, berikut ini adalah tabel pengkategorian data mengenai faktor pribadi:

Tabel 7. Distribusi Pengkategorian Data Faktor Pribadi

Kategori	Interval	Frekuensi	Percentase
Sanggat Tinggi	$23 < X$	5	7,14%
Tinggi	$20 < X \leq 23$	15	21,43%
Sedang	$17 < X \leq 20$	32	45,71%
Rendah	$15 < X \leq 17$	12	17,14%
Sanggat Rendah	$X \leq 15$	6	8,57%
Total		70	100%

Berdasarkan tabel distribusi pengkategorian faktor pribadi di atas, tampak bahwa 5 responden (7,14%) menyatakan sangat tinggi, 15 responden (21,43%) menyatakan tinggi , 32 responden (45,71%) menyatakan sedang , 12 responden (17,14%) menyatakan rendah dan 6 responden (8,57%) menyatakan sangat rendah. Apabila dilihat dari frekuensi tiap kategori, terlihat bahwa faktor yang mempengaruhi pemain bulutangkis (X) dari faktor pribadi (X3) memilih raket bulutangkis merek Li-Ning (Y) adalah sedang. Untuk memperjelas tabel pengkategorian data faktor pribadi di atas, selanjutnya akan disajikan ke dalam bentuk diagram batang berikut:



Gambar 4. Diagram Batang Prosentase Faktor Pribadi

4. Faktor Psikologis

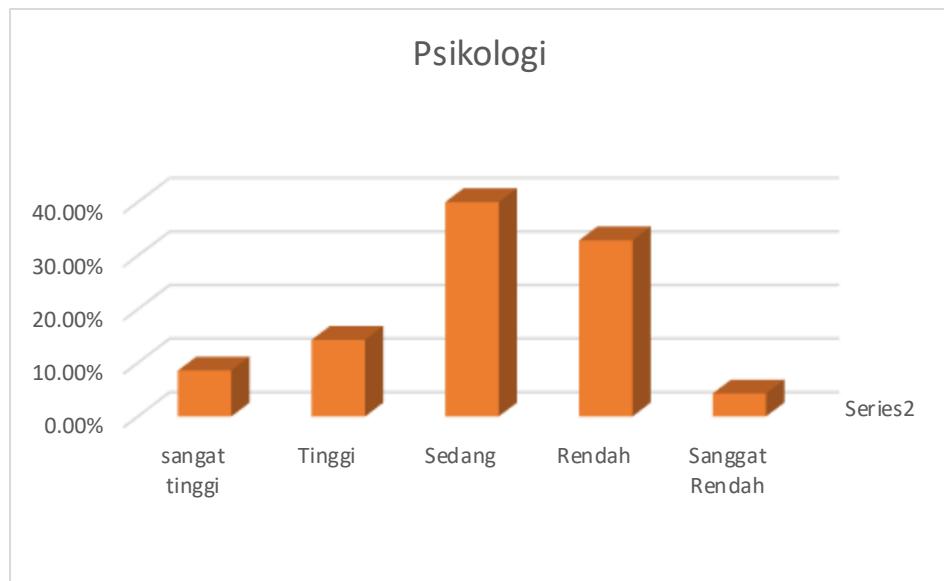
Dari hasil penelitian didapatkan faktor psikologi memberikan sumbangan sebesar 18,50% dan faktor pribadi diukur dengan angket berjumlah 8 butir dengan skor 1 s.d. 4. Data yang diperoleh dari faktor pribadi diketahui bahwa nilai maksimum sebesar 32,00, nilai minimum sebesar 17,00, dengan mean sebesar 23,73, median 24,00, modus 24,00, dan standar deviasi 3,50. Setelah data faktor psikologi telah di dapat, maka akan dikonversikan kedalam 5 kategori, berikut ini adalah tabel pengkategorian data mengenai faktor pribadi:

Tabel 8. Distribusi Pengkategorian Data Faktor Psikologis

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
----------	----------	-----------	------------

Sanggat Tinggi	$29 < X$	6	8,57%
Tinggi	$25 < X \leq 29$	10	14,29%
Sedang	$22 < X \leq 25$	28	40%
Rendah	$18 < X \leq 22$	23	32,85%
Sanggat Rendah	$X \leq 18$	3	4,29%
Total		70	100%

Berdasarkan tabel distribusi pengkategorian faktor Psikologi di atas, tampak bahwa 6 responden (8,57%) menyatakan sangat tinggi, 10 responden (14,29%) menyatakan tinggi, 28 responden (40%) menyatakan sedang, 23 responden (32,85%) menyatakan rendah dan 3 responden (4,29%) menyatakan sangat rendah. Apabila dilihat dari frekuensi tiap kategori, terlihat bahwa faktor yang mempengaruhi pemain bulutangkis (X) dari faktor psikologi (X4) memilih raket bulutangkis merek Li-Ning (Y) adalah sedang. Untuk memperjelas tabel pengkategorian data faktor psikologi di atas, selanjutnya akan disajikan ke dalam bentuk diagram batang berikut:



Gambar 5. Diagram Batang Presentase Faktor Psikologis

5. Faktor Harga

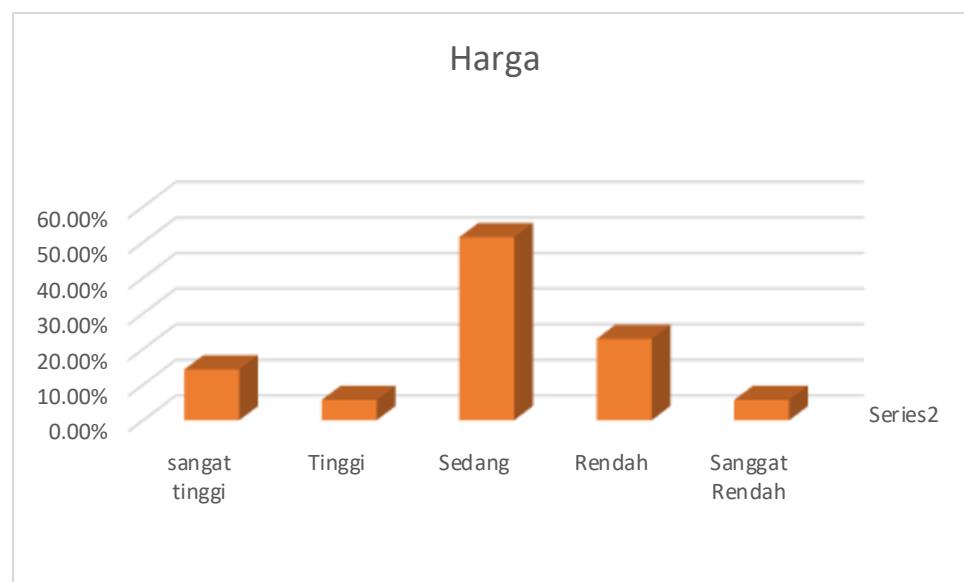
Dari hasil penelitian didapatkan faktor Harga memberikan sumbangan sebesar 19,06% dan faktor harga diukur dengan angket berjumlah 8 butir dengan skor 1 s.d. 4. Data yang di peroleh dari faktor harga diketahui bahwa nilai maksimum sebesar 32,00, nilai minimum sebesar 19,00, dengan mean sebesar 24,44, median 24,00, modus 24,00, dan standar deviasi 3,24. Setelah data faktor harga telah di dapat, maka akan dikonversikan kedalam 5 kategori, berikut ini adalah tabel pengkategorian data mengenai faktor harga:

Tabel 9. Distribusi Pengkategorian Data Faktor Harga

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangggat Tinggi	$29 < X$	6	8,57%
Tinggi	$25 < X \leq 29$	15	21,43%
Sedang	$22 < X \leq 25$	33	47,14%
Rendah	$18 < X \leq 22$	16	22,86%

Sanggat Rendah	$X \leq 18$	0	0%
Total		70	100%

Berdasarkan tabel distribusi pengkategorian faktor harga di atas, tampak bahwa 6 responden (8,57%) menyatakan sangat tinggi, 15 responden (21,43%) menyatakan tinggi, 33 responden (47,14%) menyatakan sedang, 16 responden (22,86%) menyatakan rendah dan 0 responden (0%) menyatakan sangat rendah. Apabila dilihat dari frekuensi tiap kategori, terlihat bahwa faktor yang mempengaruhi pemain bulutangkis (X) dari faktor harga (X5) memilih raket bulutangkis merek Li-Ning (Y) adalah sedang. Untuk memperjelas tabel pengkategorian data faktor harga di atas, selanjutnya akan disajikan ke dalam bentuk diagram batang berikut:



Gambar 6. Diagram Batang Prosentase Faktor Harga

6. Kualitas produk

Dari hasil penelitian didapatkan faktor kualitas produk memberikan sumbangan sebesar 21,32% dan faktor kualitas produk diukur dengan angket berjumlah 9 butir dengan skor 1 s.d.

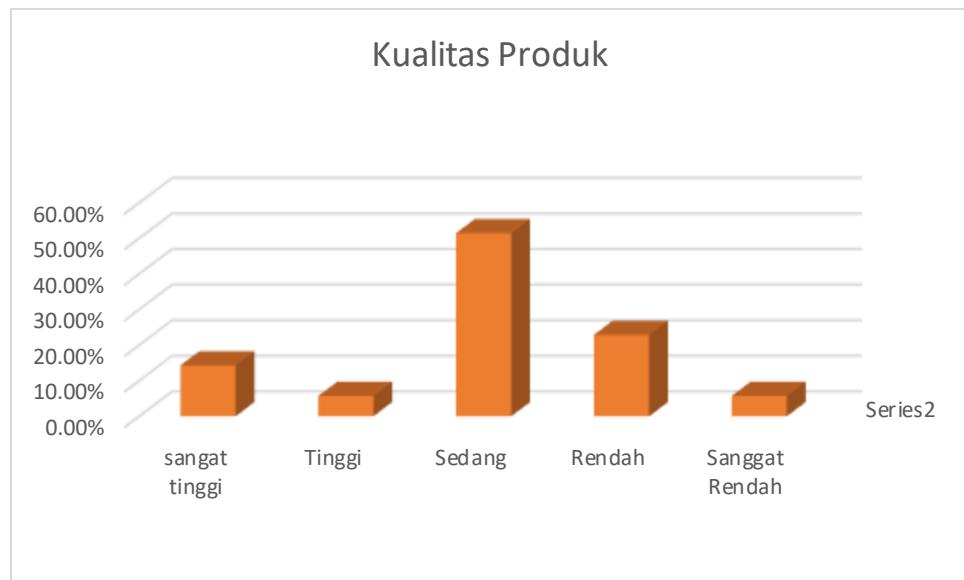
4. Data yang di peroleh dari faktor kualitas produk diketahui bahwa nilai maksimum sebesar 36,00, nilai minimum sebesar 19,00, dengan mean sebesar 27,34, median 27,00, modus 27,00, dan standar deviasi 4,057. Setelah data faktor kualitas produk telah di dapat, maka akan dikonversikan kedalam 5 kategori, berikut ini adalah tabel pengkategorian data mengenai faktor kualitas produk:

Tabel 10. Distribusi Pengkategorian Data Faktor Kualitas Produk

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangggat Tinggi	$33 < X$	10	14,29%
Tinggi	$29 < X \leq 33$	4	5,71%
Sedang	$25 < X \leq 29$	36	51,43%
Rendah	$21 < X \leq 25$	16	22,86%
Sangggat Rendah	$X \leq 21$	4	5,71%
Total		70	100%

Berdasarkan tabel distribusi pengkategorian faktor kualitas produk di atas, tampak bahwa 9 responden (14,29%) menyatakan sangat tinggi, 4 responden (5,71%) menyatakan tinggi , 36

reaponden (51,43%) menyatakan sedang , 16 responden (22,86%) menyatakan rendah dan 4 responden (5,71%) menyatakan sangat rendah. Apabila dilihat dari frekuensi tiap kategori, terlihat bahwa faktor yang mempengaruhi pemain bulutangkis (X) dari faktor kualitas produk (X6) memilih raket bulutangkis merek Li-Ning (Y) adalah sedang. Untuk memperjelas tabel pengkategorian data faktor kualitas produk di atas, selanjutnya akan disajikan ke dalam bentuk diagram batang berikut:



Gambar 7. Diagram Batang Prosentase Faktor Kualitas Produk

C. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi pemain bulutangkis dalam memilih raket bulutangkis merek Li-Ning di Kabupaten Sleman. Berdasarkan faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor harga dan faktor kualitas produk, secara rinci, hasil paling tinggi yaitu kategori sedang, sebesar 41,00%, kategori rendah, sebesar 27,60%, kategori tinggi sebesar 15,47%, kategori sangat tinggi 8,80% dan kategori sangat rendah 7,14%. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi pemain bulutangkis dalam memilih raket bulutangkis merek Li-Ning di Kabupaten Sleman adalah kategori sedang.

Berikut penjelasan satu persatu mengenai faktor yang mempengaruhi pemain memilih bulutangkis raket bulutangkis merek Li-Ning di Kabupaten Sleman.

1. Faktor Budaya

Pengaruh berdasarkan faktor budaya diketahui presentase sebesar 47,14% termasuk dalam kategori rendah dan dapat disimpulkan faktor budaya tidak mempengaruhi pemain dalam memilih raket merek Li-Ning di Kabupaten Sleman. Hal tersebut disebabkan masih banyak pemain belum terlalu memahami tentang nilai-nilai dasar, presepsi, keinginan, dan tingkah laku yang seharusnya di pelajari terlebih dahulu melalui keluarga dan lembaga penting lainnya.

Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari lembaga-lembaga penting lainnya. Faktor budaya memberikan pengaruh paling luas dan dalam pada tingkah laku konsumen (Kotler, 2001: 167).

2. Faktor Sosial

Pengaruh berdasarkan faktor sosial diketahui presentase sebesar 40% termasuk dalam kategori sedang dan dapat disimpulkan bahwa faktor sosial mempengaruhi pemain bulutangkis memilih raket bulutangkis merek Li-Ning di Kabupaten Sleman. Hal tersebut disebabkan banyak pemain pada saat memilih raket Li-Ning, terlebih dahulu meminta saran kepada keluarga, teman dan orang-orang di sekitarnya, sehingga pemain dapat mendapatkan raket bulutangkis merek Li-Ning.

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.

3. Faktor Pribadi

Pengaruh berdasarkan faktor pribadi diketahui persentase sebesar 45,71% termasuk dalam kategori sedang dan dapat disimpulkan faktor pribadi mempengaruhi pemain dalam memilih raket bulutangkis merek Li-Ning di Kabupaten Sleman. Hal tersebut disebabkan dalam memilih raket merek Li-Ning pemain terlebih dahulu menyesuaikan dengan kebutuhan dan berpedoman pada gaya hidup yang sedang popular di sekitarnya, dan juga mempertimbangkan situasi ekonomi, pekerjaan dan umur.

4. Faktor Psikologis

Pengaruh berdasarkan faktor psikologis diketahui persentase sebesar 40% termasuk dalam kategori sedang dan dapat disimpulkan secara keseluruhan diketahui bahwa faktor psikologis mempengaruhi pemain bulutangkis memilih raket bulutangkis merek Li-Ning di Kabupaten Sleman, hal tersebut dikarenakan pemain terlebih dulu mempertimbangkan presepsi, pengetahuan dan keyakinan sikap sebelum mengambil keputusan dalam memilih raket bulutangkis merek Li-Ning.

Presepsi adalah proses yang dilalui orang dalam memilih, pengetahuan adalah pembelajaran yang menggambarkan perubahan dalam tingkah laku individu yang muncul dari pengalaman sedangkan

keyakinan adalah pemikiran deskriptif yang dimiliki seorang mengenai sesuatu, didasarkan oleh pengetahuan yang sebenarnya, sikap menguraikan evaluasi, perasaan dan kecenderungan dari seorang terhadap suatu objek atau ide yang relatif konsisten Kotler (2000: 157)

5. Faktor Harga

Pengaruh berdasarkan faktor harga, secara keseluruhan diketahui persentase sebesar 47,14% termasuk dalam kategori sedang dan dapat disimpulkan bahwa dari faktor harga mempengaruhi pemain bulutangkis memilih raket bulutangkis merek Li-Ning di Kabupaten Sleman. Hal tersebut dikarenakan pemain terlebih dahulu melihat kesesuaian harga dengan kualitas produk, membandingkan harga raket Li-Ning dengan produk lain dan melihat keterjangkauan harga produk, sehingga pemain dapat mendapatkan sesuatu produk sesuai dengan kemampuan daya beli.

Pemain 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).

6. Faktor Kualitas Produk

Pengaruh berdasarkan faktor kualitas produk diketahui persentase sebesar 51,43% termasuk dalam kategori sedang dan dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi pemain bulutangkis memilih raket bulutangkis merek Li-Ning di Kabupaten Sleman.

Hal tersebut dikarenakan pemain lebih mementingkan Kualitas produk, dikarenakan sebagai pemain bulutangkis sangat membutuhkan raket yang berkualitas dan nyaman saat digunakan, kualitas produk mengacu kepada keseluruhan karakteristik dari sebuah produk yang menggambarkan performa suatu produk sesuai apa yang di harapkan oleh pemain.

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 sebaik-baiknya, namun masih memiliki keterbatasan dan kekurangan, diantaranya:

1. Peneliti ini menggunakan angket online dikarenakan pandemik covid-19 tidak memungkinkan melakukan penelitian secara langsung.
2. Sulitnya mengetahui kesungguhan responden dalam mengerjakan angket. Usaha yang dilakukan untuk memperkecil kesalahan yaitu dengan memberi gambaran tentang maksud dan tujuan penelitian ini.
3. Penyebaran dan pengumpulan data dalam penelitian ini hanya didasarkan pada hasil angket online sehingga dimungkinkan adanya unsur kurang objektif dalam pengisian angket. Selain itu dalam pengisian angket diperoleh adanya sifat responden sendiri seperti kejujuran dan ketakutan dalam menjawab responden tersebut dengan sebenarnya.

Saat pengambilan data penelitian yaitu saat penyebaran angket penelitian kepada responden, tidak dapat dipantau secara langsung dan cermat apakah jawaban yang diberikan oleh responden benar-benar sesuai dengan pendapatnya sendiri atau tidak dikarenakan menggunakan angket online.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya diketahui faktor pemain memilih raket bulutangkis merek Li-Ning di Kabupaten Sleman terdiri dari faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, faktor harga dan faktor kualitas produk, dari enam faktor tersebut diketahui bahwa faktor budaya (X1) berpengaruh rendah 33 pemain (47,14%), faktor sosial (X2) berpengaruh sedang 28 pemain 40%, faktor pribadi (X3) berpengaruh sedang 32 pemain (45,71%), faktor psikologis (X4) berpengaruh sedang 28 pemain (40%), faktor harga (X5) berpengaruh sedang 33 pemain (47,17%), dan faktor kualitas produk (X6) berpengaruh sedang 36 pemain (51,43%)

B. Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan di atas dapat dikemukakan implikasi penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui faktor yang mempengaruhi pemain bulutangkis dalam memilih raket bulutangkis merek Li-Ning di Kabupaten Sleman.
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. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan sebaik-baiknya, namun masih memiliki keterbatasan dan kekurangan, diantaranya:

4. Terbatasnya jumlah sempel, yaitu hanya menggunakan sempel sebanyak 70 orang.
5. Peneliti tidak dapat menjangkau lokasi penelitian secara langsung, sehingga peneliti menggunakan media googleform dan whatsapp untuk mengumpulkan data dari responden.
6. Penggunaan raket merek Li-Ning yang tidak mendominasi di setiap lokasi penelitian membuat peneliti harus mencari banyak lokasi agar sempel penelitian terpenuhi.

D. Saran

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

1. Hasil penelitian di atas diharapkan dapat menambah pengetahuan pemain dan dijadikan bahan pertimbangan sebelum membeli raket bulutangkis, khususnya raket bulutangkis merek Li-Ning

2. Bagi perusahaan dapat meningkatkan kualitas produknya agar pengguna tetap setia menggunakan raket Li-Ning dan perusahaan mendapatkan hasil penjualan yang maksimal

DAFTAR PUSTAKA

- Awards, T. B. (2016). *Top Brand Index*. Retrieved from http://www.topbrandaward.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_2
- Amat Komari (2008). *Jendela Bulutangkis*. Yogyakarta. Fakultas Ilmu Keolahragaan
- Anas Sudijono (2012). *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta. PT Raja Grafindo (1994). *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada
- 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
- Bambang Prasetyo, Lina Miftahul Jannah (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta. PT. Raja Grafindo-
- Engel, James. (1990). (Diterjemahkan oleh Purwoko) *Satisfaction; A Behavioral Perspective On The Consumer*. Mc-Graw Hill Companies Inc., USA.
- Herman Subardjah (2000). *Bulutangkis*. Jakarta. Departemen Pendidikan Nasional
- H Mowen. (2002). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset
- James Poole (2013). *Belajar Bulutangkis*. Bandung. Penerbit Pionir Jaya
- Philip Kotler. (2001). *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.

(1997). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan kontrol*: Jakarta: Prenhalindo

Syahri Alhusin (2007). *Gemar Bermain Bulutangkis*. Surakarta. CV “Seti-Aji” Surakarta

Sukma Aji (2016). *Buku Olahraga Paling Lengkap*. Jakarta. PT. Serambi Ilmu Semesta

Sugiyono (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*. Bandung. CV Alfabeta

Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Suharsimi Arikunto (2013). *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan* . Jakarta. Bumi Aksara (2006). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rieneka Cipta.

(2010). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alpha Beta.

Sutrisno Hadi. (1999). *Analisis Butir untuk Instrumen*. Yogyakarta: Andi Offset.

Syarifuddin, Arif dan Muhadi. (1991). *Pendidikan Jasmani*. Jakarta: Depdikbud. Drijendikti.

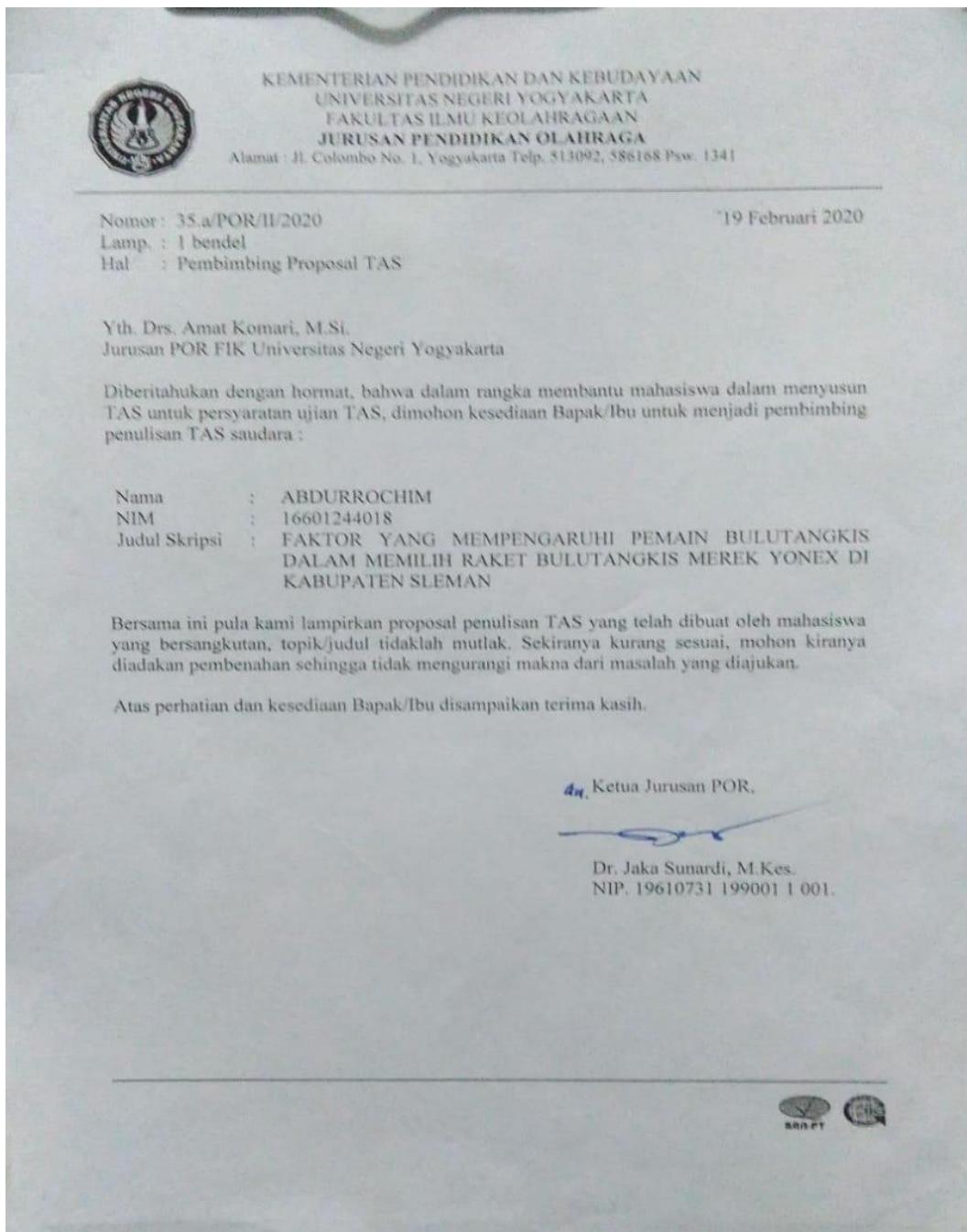
Tony Grice (1999). *Bulutangkis*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada

Pride, William M. and O.C. Ferrell, 2010. *Marketing. Fiftinh Edition. Canada : South Western International Edition*

Windoyo, Riky F. 2009. “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk*,

LAMPIRAN

Lampiran 1. SK Bimbingan



Lampiran 2. Kartu Bimbingan

KARTU BIMBINGAN TUGAS AKHIR SKRIPSI			
No.	Tanggal	Pembahasan	Tanda - Tangan
1	22. Januari	Judul Skripsi	
2	21 - Februari	Judul Skripsi dan pembahasan Bab 1, 2, 3	
3	6 maret	Pembahasan bab 1-2 dan 3	
4	12. maret	Instrumen, teknik Pengambilan data dan Skal Angket	
5	13 maret	Pembahasan angket	
6	22 Mei	Pembahasan bab 4	
7	11 juni	Revisi bab 4	
8	26 juni	Pembahasan bab 5	
9	28 juni	revisi bab 5 dan Lampiran	

Ketua Jurusan POR,

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

BAN-PT 

Lampiran 3. Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
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 : 229/UN34.16/PP.01/2020

5 Mei 2020

Lamp. : 1 Bendel Proposal

Hal : **Izin Penelitian**

Yth . **PB, Klub dan UKM Bulutangkis _____**
di Kabupaten Sleman

Kami sampaikan dengan hormat, bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Abdurrochim
NIM : 16601244018
Program Studi : Pend. Jasmani Kesehatan & Rekreasi - S1
Tujuan : Memohon izin mencari data untuk penulisan Tugas Akhir Skripsi (TAS)
Judul Tugas Akhir : FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMAIN BULUTANGKIS MEMILIH RAKET BULUTANGKIS MEREK LI-NING DI KABUPATEN SLEMAN
Waktu Penelitian : 4 Mei - 4 Juni 2020

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,

Prof. Dr. Siswantoyo, S.Pd.,M.Kes.

NIP 19720310 199903 1 002

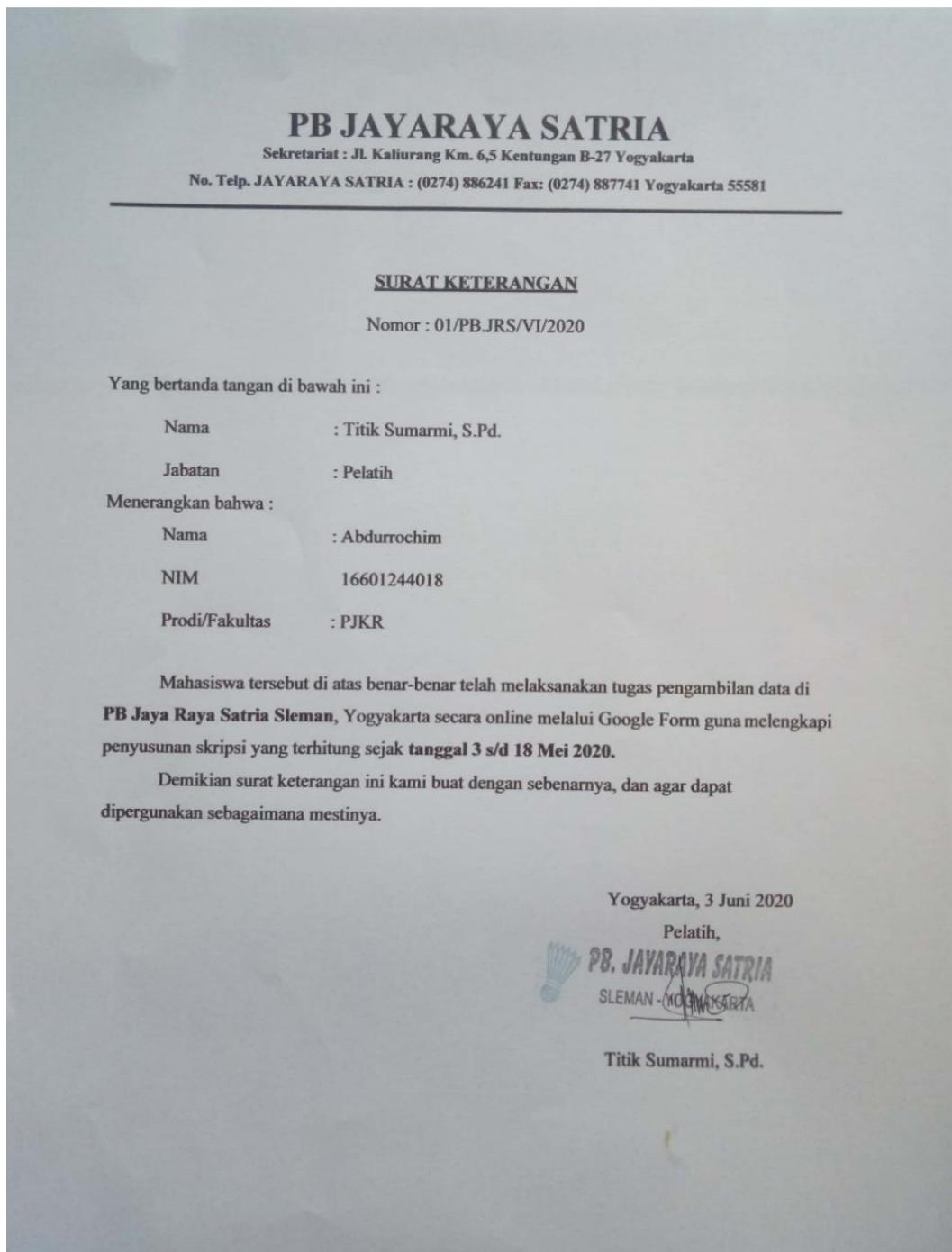
Tembusan :

1. Sub. Bagian Akademik, Kemahasiswaan, dan Alumni;
2. Mahasiswa yang bersangkutan.



Lampiran 4. Surat Keterangan telah melaksanakan penelitian

PB Jaya Raya Satria



UKM Bulutangkis UNY

 **UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**
UNIT KEGIATAN MAHASISWA BULUTANGKIS
Sekretariat: Gedung Student Center UNY lantai III No. 6
Email : bulutangkisuny@yahoo.com



SURAT KETERANGAN

Nomor : 019/SK/BLT_UNY/VI/2020

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	:	Hafizh Ashidiqy G. P.
NIM	:	18602244017
Prodi/ Fakultas	:	PKO/ FIK
Jabatan	:	Ketua UKM Bulutangkis UNY Tahun 2020

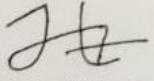
Menerangkan bahwa:

Nama	:	Abdurrochim
NIM	:	16601244018
Prodi/Fakultas	:	PJKR/FIK

Mahasiswa tersebut di atas telah melakukan tugas pengambilan data di UKM Bulutangkis UNY periode kepengurusan tahun 2020 secara online melalui Google Form guna melengkapi penyusunan skripsi yang terhitung sejak tanggal 3 s/d 18 Mei 2020.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya, dan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 3 Juni 2020
Hormat kami,
Ketua UKM Bulutangkis UNY


Hafizh Ashidiqy G. P.
NIM. 18602244017

PB Pancing Sembada

PERKUMPULAN BULUTANGKIS (PB)
PANCING SEMBADA
(ANGGOTA PENGURUS KABUPATEN PBSI SLEMAN PROP.D.I.YOGYAKARTA)
Sekretariat : JL. Radjimin 28 Tridadi Sleman D.I.Yogyakarta Telp. 087738022283

No. : _____

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Taufik Yusuf Surahmat
Jabatan	: Pelatih

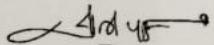
Menerangkan bahwa:

Nama	: Abdurrochim
NIM	: 16601244018
Prodi/Fakultas	: PJKR/FIK

Mahasiswa tersebut di atas telah melakukan tugas pengambilan data di PB Pancing Sembada secara online melalui Google Form guna melengkapi penyusunan skripsi yang terhitung sejak tanggal 3 s/d 18 Mei 2020.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya, dan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 6 Juni 2020


Taufik Yusuf Surahmat

UKM Bulutangkis UGM



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

UNIT KEGIATAN MAHASISWA BULUTANGKIS
UNIVERSITAS GADJAH MADA

Sekretariat: Gelanggang Mahasiswa Bulaksumur UGM Yogyakarta

Contact Person: Dimas Septian Atmaja (081291250831)



SURAT KETERANGAN

Nomor: 30/05/UKM-BDM/2020

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dimas Septian Atmaja
NIM : 18/424740/SP/28288
Prodi/ Fakultas : Sosiologi/FISIPOL
Jabatan : Ketua UKM Bulutangkis UGM Tahun 2020

Menerangkan bahwa:

Nama : Abdurrochim
NIM : 16601244018
Prodi/Fakultas : PJKR/FIK

Mahasiswa tersebut di atas telah melakukan tugas pengambilan data di UKM Bulutangkis UGM periode kepengurusan tahun 2020 secara online melalui Google Form guna melengkapi penyusunan skripsi yang terhitung sejak tanggal 3 s/d 18 Mei 2020.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya, dan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 30 Juni 2020
Ketua UKM Bulutangkis UGM

Dimas Septian Atmaja
(18/424740/SP/28288)

Lampiran 5. Uji Instrumen

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	20	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,961	48

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1.1	3,25	,550	20
X1.2	3,35	,489	20
X1.3	3,45	,605	20
X1.4	3,65	,489	20
X1.5	3,30	,571	20
X1.6	3,20	,616	20
X1.7	3,30	,657	20
X1.8	3,40	,503	20
X2.1	3,00	,795	20
X2.2	3,30	,571	20
X2.3	3,30	,657	20
X2.4	3,35	,587	20
X2.5	3,30	,657	20
X2.6	3,20	,523	20
X2.7	3,25	,716	20
X3.1	3,30	,571	20
X3.2	3,35	,813	20
X3.3	3,40	,598	20
X3.4	3,20	,696	20
X3.5	3,00	,649	20
X3.6	3,20	,616	20

X3.7	2,50	,761	20
X4.1	3,20	,616	20
X4.2	3,25	,639	20
X4.3	2,90	,718	20
X4.4	3,30	,470	20
X4.5	3,10	,553	20
X4.6	3,30	,571	20
X4.7	3,05	,686	20
X4.8	3,00	,725	20
X5.1	3,35	,587	20
X5.2	3,15	,587	20
X5.3	3,25	,639	20
X5.4	2,95	,759	20
X5.5	3,40	,503	20
X5.6	3,05	,605	20
X5.7	3,25	,550	20
X5.8	3,25	,550	20
X6.1	3,40	,503	20
X6.2	2,95	,686	20
X6.3	3,15	,671	20
X6.4	2,95	,759	20
X6.5	3,10	,641	20
X6.6	3,25	,444	20
X6.7	3,20	,696	20
X6.8	3,15	,671	20
X6.9	3,15	,587	20
X6.10	3,10	,447	20

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	150,45	301,103	,644	,960
X1.2	150,35	305,292	,477	,960
X1.3	150,25	296,934	,787	,959
X1.4	150,05	310,787	,155	,961
X1.5	150,40	298,674	,744	,959
X1.6	150,50	312,684	,029	,962

X1.7	150,40	301,832	,501	,960
X1.8	150,30	309,905	,200	,961
X2.1	150,70	292,642	,751	,959
X2.2	150,40	302,674	,538	,960
X2.3	150,40	299,516	,605	,960
X2.4	150,35	301,503	,581	,960
X2.5	150,40	302,568	,468	,960
X2.6	150,50	307,000	,350	,961
X2.7	150,45	295,524	,717	,959
X3.1	150,40	298,463	,755	,959
X3.2	150,35	294,976	,647	,960
X3.3	150,30	299,800	,653	,960
X3.4	150,50	294,263	,794	,959
X3.5	150,70	296,011	,773	,959
X3.6	150,50	299,316	,657	,960
X3.7	151,20	316,695	,132	,964
X4.1	150,50	298,684	,688	,959
X4.2	150,45	297,208	,730	,959
X4.3	150,80	299,011	,570	,960
X4.4	150,40	302,358	,680	,960
X4.5	150,60	302,674	,557	,960
X4.6	150,40	298,674	,744	,959
X4.7	150,65	298,134	,637	,960
X4.8	150,70	298,116	,601	,960
X5.1	150,35	296,239	,847	,959
X5.2	150,55	298,682	,723	,959
X5.3	150,45	298,997	,647	,960
X5.4	150,75	300,829	,467	,961
X5.5	150,30	303,274	,581	,960
X5.6	150,65	298,871	,691	,959
X5.7	150,45	304,576	,459	,960
X5.8	150,45	302,787	,554	,960
X6.1	150,30	304,853	,489	,960
X6.2	150,75	296,197	,721	,959
X6.3	150,55	296,471	,726	,959
X6.4	150,75	297,461	,598	,960
X6.5	150,60	298,989	,645	,960
X6.6	150,45	302,155	,734	,960
X6.7	150,50	310,158	,125	,962
X6.8	150,55	301,313	,512	,960

X6.9	150,55	299,418	,686	,959
X6.10	150,60	304,253	,592	,960

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
153,70	313,695	17,711	48

Lampiran 6. Angket Penelitian

DAFTAR PERTANYAAN

NO	SOAL	SS	S	TS	STS
FAKTOR BUDAYA					
1	Raket bulutangkis merek Li-Ning disukai banyak orang	SS	S	TS	STS
2	Raket bulutangkis merek Li-Ning banyak di gunakan orang	SS	S	TS	STS
3	Raket bulutangkis merek Li-Ning nyaman digunakan untuk bermain bulutangkis	SS	S	TS	STS
4	Raket bulutangkis merek Li-Ning banyak dijual di tokoh” olahraga.	SS	S	TS	STS
5	Raket bulutangkis merek Li-Ning konsisten dalam mempertahankan kualitas produknya.	SS	S	TS	STS
6	Atlet profesional menggunakan raket bulutangkis merek Li-Ning	SS	S	TS	STS
7	Saya sudah lama menggunakan raket bulutangkis Li-Ning	SS	S	TS	STS
8	Juara dunia bulutangkis menggunakan raket bulutangkis merek Li-Ning	SS	S	TS	STS
FAKTOR SOSIAL					
9	Teman saya menyarankan saya menggunakan raket Li-Ning	SS	S	TS	STS
10	Raket bulutangkis merek Li-Ning banyak digunakan oleh pemain bulutangkis nasional	SS	S	TS	STS
11	Saya memilih raket bulutangkis merek Li-Ning untuk menunjang kebutuhan saya sebagai pemain bulutangkis	SS	S	TS	STS
12	Teman saya menggunakan raket bulutangkis merek Li-Ning	SS	S	TS	STS
13	Saya berlatih bulutangkis menggunakan raket Li-Ning	SS	S	TS	STS
14	Saya melihat banyak orang bermain bulutangkis	SS	S	TS	STS

	menggunakan raket Li-Ning				
15	Saya bertanding menggunakan raket bulutangkis merek Li-Ning	SS	S	TS	STS
	FAKTOR KEPERIBADIAN	SS	S	TS	STS
16	Saya memilih raket bulutangkis merek Li-Ning sesuai dengan kebutuhan	SS	S	TS	STS
17	Saya sudah terbiasa menggunakan raket Li-Ning	SS	S	TS	STS
18	Saya menyukai tampilan raket bulutangkis Li-Ning	SS	S	TS	STS
19	Saya memilih raket bulutangkis merek Li-Ning karena tampilan raket yang di tawarkan cukup menarik	SS	S	TS	STS
20	Saya memilih raket bulutangkis merek Li-Ning karena tampilan raketnya sesuai dengan keinginan saya	SS	S	TS	STS
21	Raket bulutangkis merek Li-Ning membuat saya lebih percaya diri ketika menggunakannya	SS	S	TS	STS
22	Saya kurang nyaman menggunakan raket merek lain selain Li-Ning	SS	S	TS	STS
	FAKTOR PSIKOLOGIS	SS	S	TS	STS
23	Saya mengetahui kelebihan dari raket bulutangkis merek Li-Ning	SS	S	TS	STS
24	Raket bulutangkis merek Li-Ning memberikan kualitas yang sangat baik.	SS	S	TS	STS
25	Raket bulutangkis merek Li-Ning lebih nyaman digunakan di banding merek lain	SS	S	TS	STS
26	Raket bulutangkis merek Li-Ning berfungsi dengan sangat baik	SS	S	TS	STS
27	Tidak ada kendala ketika menggunakan raket bulutangkis merek Li-Ning	SS	S	TS	STS
28	Saya yakin raket bulutangkis merek Li-Ning akan awet di gunakan dengan waktu yg cukup lama	SS	S	TS	STS
29	Saya menyukai raket bulutangkis merek Li-Ning di bandingkan raket merek lain	SS	S	TS	STS
30	Saya menyarankan teman saya menggunakan raket bulutangkis merek Li-Ning	SS	S	TS	STS
	FAKTOR HARGA	SS	S	TS	STS
31	Saya memilih raket bulutangkis merek Li-Ning karena harga yang di tawarkan sesuai dengan kualitasnya	SS	S	TS	STS
32	Saya memilih raket bulutangkis merek Li-Ning karena harganya sesuai dengan manfaat yang diinginkan	SS	S	TS	STS

33	Saya memilih raket bulutangkis merek Li-Ning karena harganya sesuai dengan kemampuan atau daya beli	SS	S	TS	STS
34	Saya memilih raket bulutangkis Li-Ning karena harganya lebih murah di banding dengan produk merek lain	SS	S	TS	STS
35	Harga raket bulutangkis Li-Ning bermacam-macam sesuai dengan kualitas produk	SS	S	TS	STS
36	Dengan kualitas yang sebanding dengan merek raket lainnya, raket bulutangkis merek Li-Ning ditawarkan dengan harga yang lebih murah	SS	S	TS	STS
37	Harga raket bulutangkis merek Li-Ning terjangkau	SS	S	TS	STS
38	Harga raket bulutangkis Li-Ning sesuai dengan tampilannya	SS	S	TS	STS
	KUALITAS PRODUK	SS	S	TS	STS
39	Daya tahan raket bulutangkis merek Li-Ning secara fisik awet dan tidak gampang rusak	SS	S	TS	STS
40	Raket bulutangkis merek Li-Ning memiliki kualitas yang lebih unggul dan tahan cuaca panas	SS	S	TS	STS
41	Bahan raket bulutangkis merek Li-Ning lebih baik dan tak mudah bengkok	SS	S	TS	STS
42	Tempat service raket Li-Ning mudah di temukan	SS	S	TS	STS
43	Raket bulutangkis merek Li-Ning lebih mudah di beli di toko" olahraga di bandingkan merek lain	SS	S	TS	STS
44	Raket bulutangkis merek Li-Ning memiliki batang raket yang lentur	SS	S	TS	STS
45	Raket bulutangkis Li-Ning memiliki berat yang ringan	SS	S	TS	STS
46	Raket bulutangkis merek Li-Ning memiliki tarikan senar yang cukup kuat	SS	S	TS	STS
47	Pegangan raket bulutangkis merek Li-Ning sangat nyaman di pegang	SS	S	TS	STS
48	Raket bulutangkis Li-Ning tidak mudah bengkok ketika terkena benturan	SS	S	TS	STS

Lampiran 7. Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	20	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,961	48

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1.1	3,25	,550	20
X1.2	3,35	,489	20
X1.3	3,45	,605	20
X1.4	3,65	,489	20
X1.5	3,30	,571	20
X1.6	3,20	,616	20
X1.7	3,30	,657	20
X1.8	3,40	,503	20
X2.1	3,00	,795	20
X2.2	3,30	,571	20
X2.3	3,30	,657	20
X2.4	3,35	,587	20
X2.5	3,30	,657	20
X2.6	3,20	,523	20
X2.7	3,25	,716	20
X3.1	3,30	,571	20
X3.2	3,35	,813	20
X3.3	3,40	,598	20
X3.4	3,20	,696	20
X3.5	3,00	,649	20
X3.6	3,20	,616	20
X3.7	2,50	,761	20

X4.1	3,20	,616	20
X4.2	3,25	,639	20
X4.3	2,90	,718	20
X4.4	3,30	,470	20
X4.5	3,10	,553	20
X4.6	3,30	,571	20
X4.7	3,05	,686	20
X4.8	3,00	,725	20
X5.1	3,35	,587	20
X5.2	3,15	,587	20
X5.3	3,25	,639	20
X5.4	2,95	,759	20
X5.5	3,40	,503	20
X5.6	3,05	,605	20
X5.7	3,25	,550	20
X5.8	3,25	,550	20
X6.1	3,40	,503	20
X6.2	2,95	,686	20
X6.3	3,15	,671	20
X6.4	2,95	,759	20
X6.5	3,10	,641	20
X6.6	3,25	,444	20
X6.7	3,20	,696	20
X6.8	3,15	,671	20
X6.9	3,15	,587	20
X6.10	3,10	,447	20

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	150,45	301,103	,644	,960
X1.2	150,35	305,292	,477	,960
X1.3	150,25	296,934	,787	,959
X1.4	150,05	310,787	,155	,961
X1.5	150,40	298,674	,744	,959
X1.6	150,50	312,684	,029	,962
X1.7	150,40	301,832	,501	,960
X1.8	150,30	309,905	,200	,961

X2.1	150,70	292,642	,751	,959
X2.2	150,40	302,674	,538	,960
X2.3	150,40	299,516	,605	,960
X2.4	150,35	301,503	,581	,960
X2.5	150,40	302,568	,468	,960
X2.6	150,50	307,000	,350	,961
X2.7	150,45	295,524	,717	,959
X3.1	150,40	298,463	,755	,959
X3.2	150,35	294,976	,647	,960
X3.3	150,30	299,800	,653	,960
X3.4	150,50	294,263	,794	,959
X3.5	150,70	296,011	,773	,959
X3.6	150,50	299,316	,657	,960
X3.7	151,20	316,695	,132	,964
X4.1	150,50	298,684	,688	,959
X4.2	150,45	297,208	,730	,959
X4.3	150,80	299,011	,570	,960
X4.4	150,40	302,358	,680	,960
X4.5	150,60	302,674	,557	,960
X4.6	150,40	298,674	,744	,959
X4.7	150,65	298,134	,637	,960
X4.8	150,70	298,116	,601	,960
X5.1	150,35	296,239	,847	,959
X5.2	150,55	298,682	,723	,959
X5.3	150,45	298,997	,647	,960
X5.4	150,75	300,829	,467	,961
X5.5	150,30	303,274	,581	,960
X5.6	150,65	298,871	,691	,959
X5.7	150,45	304,576	,459	,960
X5.8	150,45	302,787	,554	,960
X6.1	150,30	304,853	,489	,960
X6.2	150,75	296,197	,721	,959
X6.3	150,55	296,471	,726	,959
X6.4	150,75	297,461	,598	,960
X6.5	150,60	298,989	,645	,960
X6.6	150,45	302,155	,734	,960
X6.7	150,50	310,158	,125	,962
X6.8	150,55	301,313	,512	,960
X6.9	150,55	299,418	,686	,959
X6.10	150,60	304,253	,592	,960

Lampiran 8. Tabulasi Data Keseluruhan

No. Resp	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	
R1	3	3	3	3	4	2	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
R2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2					
R3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	2	1	3	2	3	2	2		
R4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
R5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
R6	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	
R7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
R8	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
R9	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	2	2	1	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	1	2	2	2	3	2	2	3	
R10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
R11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	
R12	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
R13	4	3	4	3	4	3	4	2	4	4	3	4	3	3	2	3	2	4	2	4	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3		
R14	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3			
R15	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2			
R16	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
R17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
R18	3	3	4	3	3	2	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4			
R19	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4				
R20	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3			
R21	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	1	3	2	2	2	2	3	3	1	3	1	2	2	2	3	2	2	4	3	3	3	2	1	2	3	3	2	3	3		
R22	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4			

R23	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	
R24	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
R25	3	3	3	4	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	
R26	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	
R27	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	
R28	3	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	1	3	2	1	3	3	3	2	3
R29	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
R30	3	2	4	3	2	3	4	2	3	1	1	3	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	2	1	3	3	1	3	4	3	3	2	3	
R31	4	3	3	3	2	4	4	2	3	2	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	
R32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4
R33	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	
R34	4	3	3	3	2	4	3	2	3	2	2	2	2	4	2	2	2	3	4	3	3	3	3	4	3	2	2	4	4	3	3	4	2	2	
R35	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	4	2	2	3	2	2	3	3	3
R36	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2	2	4	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3
R37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	2	
R38	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	2	
R39	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	
R40	4	3	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3
R41	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	
R42	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
R43	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
R44	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
R45	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	
R46	4	4	3	3	1	2	3	2	4	4	3	3	2	4	4	3	2	3	4	3	3	2	2	4	3	4	3	2	2	3	2	3	2	3	
R47	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	

R48	3	2	2	2	3	2	3	4	2	3	3	4	3	2	4	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2		
R49	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2				
R50	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	4	4	3	4	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	
R51	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	
R52	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	
R53	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3		
R54	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	1	2	2	2	
R55	3	3	2	3	3	2	2	1	3	1	2	3	3	3	4	4	2	3	3	2	3	3	1	2	1	3	4	4	4	3	3	2		
R56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
R57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
R58	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
R59	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	2	3	2	3	1	3	2	3	2	3	2	1	4	1	2	4	
R60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
R61	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	
R62	2	2	3	3	2	2	2	1	4	2	1	2	1	2	2	2	2	4	2	1	3	3	4	1	2	3	3	3	4	3	1	2	2	3
R63	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	
R64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
R65	3	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3
R66	2	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	1	2	2	2	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	2	2	4	3	
R67	3	3	3	2	2	3	3	4	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3
R68	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3		
R69	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3	2	3	4	
R70	3	3	2	2	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	2	

Lampiran 9. Olah data menggunakan SPSS Skor Per Faktor

Statistics							
	BUDAYA	SOSIAL	KEPRIBADIAN	PSIKOLOGIS	HARGA	KUALITAS PRODUK	
N	Valid	70	70	70	70	70	70
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		15,80	18,24	18,69	23,73	24,44	27,34
Std. Error of Mean		,257	,370	,330	,418	,387	,485
Median		15,00	18,00	18,00	24,00	24,00	27,00
Mode		15	18	18	24	24	27
Std. Deviation		2,151	3,095	2,759	3,501	3,238	4,057
Variance		4,626	9,578	7,610	12,259	10,482	16,460
Range		8	13	13	15	13	17
Sum		1106	1277	1308	1661	1711	1914

A. Faktor Budaya

BUDAYA					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	12	3	4,3	4,3	4,3
	13	5	7,1	7,1	11,4
	14	9	12,9	12,9	24,3
	15	24	34,3	34,3	58,6
	16	6	8,6	8,6	67,1
	17	9	12,9	12,9	80,0
	18	3	4,3	4,3	84,3
	19	4	5,7	5,7	90,0
	20	7	10,0	10,0	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

B. Faktor Sosial

SOSIAL

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
11	1	1,4	1,4	1,4
12	1	1,4	1,4	2,9
13	4	5,7	5,7	8,6
14	3	4,3	4,3	12,9
15	3	4,3	4,3	17,1
16	8	11,4	11,4	28,6
17	5	7,1	7,1	35,7
Valid	18	21,4	21,4	57,1
	19	11,4	11,4	68,6
	20	7,1	7,1	75,7
	21	5,7	5,7	81,4
	22	8,6	8,6	90,0
	23	5,7	5,7	95,7
	24	4,3	4,3	100,0
Total	70	100,0	100,0	

C. Faktor Pribadi

KEPRIBADIAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
11	1	1,4	1,4	1,4
13	2	2,9	2,9	4,3
14	2	2,9	2,9	7,1
15	1	1,4	1,4	8,6
Valid	16	10,0	10,0	18,6
	17	7,1	7,1	25,7
	18	32,9	32,9	58,6
	19	5,7	5,7	64,3
	20	7,1	7,1	71,4
	21	15,7	15,7	87,1

22	2	2,9	2,9	90,0
23	2	2,9	2,9	92,9
24	5	7,1	7,1	100,0
Total	70	100,0	100,0	

D. Faktor Psikologi

PSIKOLOGIS					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	17	3	4,3	4,3	4,3
	19	4	5,7	5,7	10,0
	20	5	7,1	7,1	17,1
	21	4	5,7	5,7	22,9
	22	10	14,3	14,3	37,1
	23	6	8,6	8,6	45,7
	24	18	25,7	25,7	71,4
	25	4	5,7	5,7	77,1
	26	4	5,7	5,7	82,9
	27	2	2,9	2,9	85,7
	28	1	1,4	1,4	87,1
	29	3	4,3	4,3	91,4
	30	2	2,9	2,9	94,3
	31	1	1,4	1,4	95,7
	32	3	4,3	4,3	100,0
Total		70	100,0	100,0	

E. Faktor Harga

HARGA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19	3	4,3	4,3
	20	5	7,1	11,4
	21	3	4,3	15,7
	22	5	7,1	22,9
	23	11	15,7	38,6
	24	20	28,6	67,1
	25	2	2,9	70,0
	26	3	4,3	74,3
	27	8	11,4	85,7
	28	2	2,9	88,6
	29	2	2,9	91,4
	30	1	1,4	92,9
	32	5	7,1	100,0
	Total	70	100,0	100,0

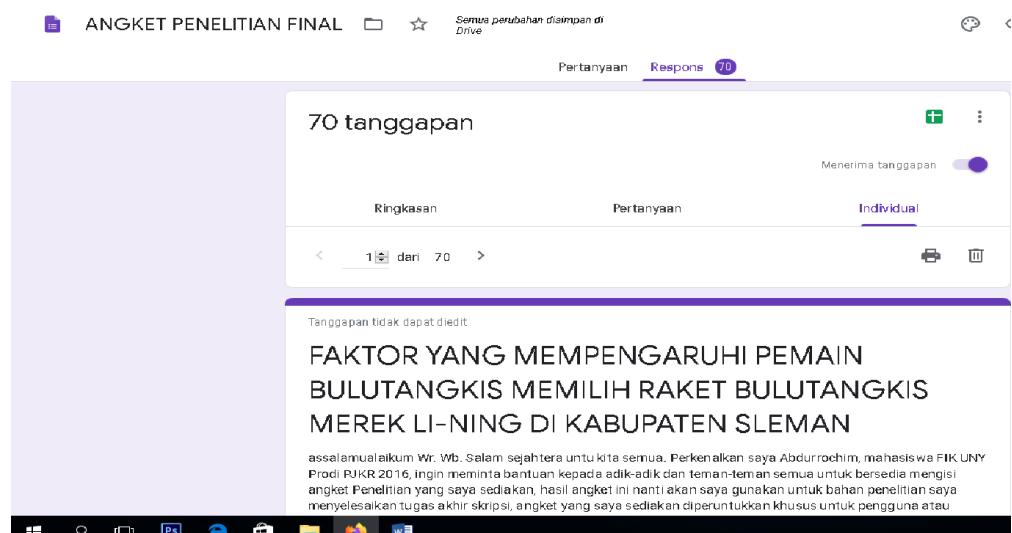
F. Faktor Kualitas Produk

KUALITAS PRODUK

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19	1	1,4	1,4
	20	2	2,9	4,3
	21	1	1,4	5,7
	22	3	4,3	10,0
	23	6	8,6	18,6
	24	2	2,9	21,4
	25	5	7,1	28,6
	26	5	7,1	35,7
	27	20	28,6	64,3
	28	5	7,1	71,4
	29	6	8,6	80,0

30	2	2,9	2,9	82,9
31	1	1,4	1,4	84,3
33	1	1,4	1,4	85,7
34	5	7,1	7,1	92,9
35	1	1,4	1,4	94,3
36	4	5,7	5,7	100,0
Total	70	100,0	100,0	

Lampiran 10. Dokumentasi



ANGKET PENELITIAN FINAL

70 tanggapan

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMAIN BULUTANGKIS MEMILIH RAKET BULUTANGKIS MEREK LI-NING DI KABUPATEN SLEMAN

assalamualaikum Wr. Wb. Salam sejahtera untuk kita semua. Perkenalkan saya Abdurrochim, mahasiswa FIK UNY Prodi PJKR 2016, ingin meminta bantuan kepada adik-adik dan teman-teman semua untuk bersedia mengisi angket Penelitian yang saya sediakan, hasil angket ini nanti akan saya gunakan untuk bahan penelitian saya menyelesaikan tugas akhir skripsi, angket yang saya sediakan diperuntukkan khusus untuk pengguna atau

