

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Olahraga bulu tangkis atau badminton merupakan salah satu jenis olahraga prestasi yang sangat terkenal diseluruh dunia. Nama bulu tangkis berasal dari nama sebuah rumah atau istana di kawasan Gloucestershire. Daerah tersebut terletak sekitar 200 kilometer sebelah barat London, Inggris. Badminton House, demikian nama istana tersebut, menjadi saksi bersejarah bagaimana olahraga ini mulai dikembangkan menuju bentuknya yang sekarang. Bulu tangkis menjadi satu-satunya cabang olahraga yang namanya berasal dari nama tempat.¹

Perubahan dunia yang begitu cepat telah memaksa produsen dan penjual berfikir keras agar tetap eksis di dunia. Perubahan ini diakibatkan oleh pesatnya pertumbuhan dan perkembangan. Keinginan untuk mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka dikatakan sebagai perilaku konsumen.²

Pada dasarnya pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh stimulasi dalam bentuk marketing mix, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor yang bersifat personal.

¹ Drs.Syahri Alhusin, M.S., *Gemar Bermain Bulu Tangkis* (Surakarta: Seti-Aji, 2007), 2.

² Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapan dalam Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 4.

Dengan memahami kedua hal tersebut tidak hanya dituntut untuk mengembangkan produk yang tepat, memberikan merek menawarkan harga yang relevan, serta memudahkan konsumen mendapatkan produk tersebut, tetapi juga mengkomunikasikannya kepada konsumen, antara lain melalui sarana iklan.³

Keputusan pembelian adalah kunci perilaku konsumen, dimana konsumen melakukan tindakan sehubungan dengan konsumsi produk dan jasa yang dibutuhkan.⁴ Keputusan pembelian memberikan keuntungan bagi sebuah perusahaan yang melakukan strategi pemasaran baik produk maupun jasa. Oleh karena itu, pemahaman dan wawasan mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sangat penting bagi perusahaan yang menjalankan strategi pemasaran.

Bulu Tangkis adalah jenis olahraga yang menggunakan sarana raket, karena raket merupakan salah satu peralatan yang digunakan di dalam permainan bulu tangkis di samping peralatan lain seperti net, *shuttlecock* atau kok, lapangan, alat-alat pengaman, sepatu dan pakaian. Jika pada tahun 1970-an gagang maupun daun raket masih terbuat dari kayu, maka pada saat ini raket sudah dibuat dari berbagai jenis bahan. Misalnya dari bahan aluminium, bahan grafit, dan karbon.⁵

Di kancah pertandingan kelas dunia, pemain bulu tangkis Indonesia terdaftar dalam 10 besar peringkat dunia yaitu di sektor ganda putra, ganda

³ Nur Lita Madyaningsih, “*Pengaruh Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap di Surabaya*”(Skripsi Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional Veteran, 2012), 4.

⁴ Usman Effendi, *Psikologi Konsumen* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 249.

⁵ Drs.Syahri Alhusin, M.S., *Gemar Bermain Bulu Tangkis*, 12.

putri dan ganda campuran, tetapi Indonesia masih tetap tidak memiliki wakil peringkat 10 besar peringkat dunia di sektor tunggal putra dan tunggal putri. Pencapaian tertinggi adalah ganda putra oleh Marcus Fernaldi Gideon dengan Kevin Sanjaya Sukamulyo. Mereka menempati peringkat 1 dunia, setelah dua pekan lalu menjadi All England 2017.⁶ Berikut adalah daftar pemain bulu tangkis Indonesia yang masuk 10 besar peringkat dunia:

Tabel 1.1
Peringkat Bulu Tangkis Dunia BWF (Badminton World Federation)
2017

No	Sektor	Nama Pemain	Peringkat	Agama
1	Ganda putra	1. Marcus Fernaldi Gideon 2. Kevin Sanjaya Sukamulyo	1	Non Muslim Non Muslim
2	Ganda putra	1. Angga Pratama 2. Ricky Karanda	8	Muslim Non Muslim
3	Ganda putri	1. Nitya Krishinda . M 2. Greysia Polii	8	Muslim Non Muslim
4	Ganda campuran	1. Tantowi Ahmad 2. Liliyana Natsir	3	Muslim Non Muslim
5	Ganda campuran	1. Praveen Jordan 2. Debby Susanto	8	Non Muslim Non Muslim

Sumber Data : Top Skor (Peringkat Terbaru Bulu Tangkis Dunia)

Berdasarkan tabel 1.1 diketahui bahwa beberapa pemain Indonesia berhasil masuk 10 besar peringkat dunia. Terdapat 10 pemain diantaranya 3 pemain berstatus agama muslim dan 7 pemain berstatus agama non muslim.

⁶<https://m.topskor.id/detail/48340/Peringkat-Terbaru-Bulu-Tangkis-Dunia-BWF-Kamis-23-Maret-2017>

PBSI (Persatuan Bulu Tangkis Seluruh Indonesia) adalah organisasi yang mengatur kegiatan olahraga bulu tangkis di Indonesia⁷ yaitu seluruh PB (Persatuan Bulu tangkis) yang ada di Indonesia. PB (Persatuan Bulu tangkis) adalah perkumpulan pemain bulu tangkis di suatu wilayah dibawah naungan PBSI.

PB (Persatuan Bulu tangkis) kota Blitar adalah kumpulan beberapa orang yang sepakat untuk menjadi anggota PB, yang mana anggota tersebut bisa bermain bulu tangkis. Anggota dari PB (Persatuan Bulu tangkis) kota Blitar adalah semua muslim. Usianya rata-rata 17 tahun sampai 50 tahun. Mereka beragama muslim juga mempunyai mimpi untuk menjadi juara nasional ataupun dunia, seperti pemain non muslim yang berhasil masuk 10 besar peringkat dunia, namun untuk menjadi juara tergantung pada manajemen PB (Persatuan Bulu tangkis) itu sendiri. Jika dalam manajemen PB (Persatuan Bulu tangkis) itu baik artinya menggunakan strategi maka tercipta generasi unggulan. Di PB (Persatuan Bulu tangkis) kota Blitar memang tidak ada pemain non muslim, tetapi ada beberapa orang non muslim yang pernah bermain atau latihan bulu tangkis, namun mereka tidak membentuk PB (Persatuan Bulu tangkis). Jika tidak membentuk PB (Persatuan Badminton) maka tidak bisa mengikuti turnamen atau pertandingan antar club se-kota Blitar.

Di kota Blitar terdapat tujuh (7) PB (Persatuan Bulu tangkis). Masing-masing PB mempunyai jadwal latihan yang berdeda-beda. Kegiatan *sparing* antar PB juga sering dilakukan hal ini untuk menjaga

⁷ https://id.m.wikipedia.org/wiki/Persatuan_Bulu_Tangkis_Seluruh_Indonesia

keakraban antar anggota PB dan untuk mengetahui perkembangan permainan yang dimiliki oleh masing-masing individu. Ketujuh PB (Persatuan Bulu tangkis) yang ada di kota Blitar adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2
Daftar PB di Kota Blitar

No.	Nama PB	Jumlah Anggota
1.	PB. Gapensi	25
2.	PB. Satria	20
3.	PB. Satrean	20
4.	PB. Semangat	15
5.	PB. Blitar	25
6.	PB. Malintar	20
7.	PB. Kenari	30
Jumlah		155

Sumber Data: Berdasarkan observasi akhir Januari

Pertama, PB Gapensi dengan jumlah anggota 25 dan tempat latihannya di Gedung Blora Blitar. Kedua, PB Satria dengan jumlah anggota 20 dan tempat latihannya di Balai desa Kuningan. Ketiga, PB Satrean dengan jumlah anggota 20 dan tempat latihannya di Gedung serba guna Kepanjel. Keempat PB Semangat dengan jumlah anggota 15 dan tempat latihannya di Gedung serba guna Pakunden. Kelima, PB Blitar dengan jumlah anggota 25 dan tempat latihannya di Gedung serba guna Kepanjen Lor. Keenam, PB Malintar, dengan jumlah anggota 20 dan tempat latihannya di Aula MAN Kota. Ketujuh, PB Kenari, dengan jumlah anggota 30 dan tempat latihannya di gedung serba guna Kenari.

Berdasarkan observasi pada 155 anggota PB (Persatuan Bulu tangkis di kota Blitar didapat hasil sebagai berikut:

Tabel 1.3
Jumlah Masing-Masing Pemain Yang Menggunakan
Merek Raket Bulu Tangkis

No	Merek	Responden
1.	Yonex	90
2.	Hart	17
3.	Reinsfor Speed	10
4.	Lii-ning	10
5.	Astec	10
6.	Apacs	8
7.	Victor	2
8.	Carbonex	2
9.	Lain-lain	5
Jumlah		155

Sumber Data: Berdasarkan observasi akhir Januari

Fenomena tersebut sangat menarik, karena mayoritas pemain bulu tangkis kota Blitar memilih menggunakan raket merek Yonex. Kondisi ini sesuai dengan data yang ada bahwa raket Yonex mendapat predikat TOP dari Top Brand Award.

Yonex merupakan pembuat raket bulu tangkis terkenal di dunia. Pendiri Yonex, Minoru Yoneyama, membuat komitmen bahwa perusahaan tidak akan membiarkan teknologi dan inovasi yang meninggalkan mereka. Yoneyama mulai membuat raket bulu tangkis dan memproduksi raket dengan kualitas terbaik sembari menggabungkan bahan-bahan yang terbaru dan memperkenalkan konsep seperti raket berbadan lebar dan kepala isometrik.

Yonex telah menciptakan merek global yang kuat dan mendominasi sponsor perusahaan dan kualitas produk terbaik. Dalam

permainan profesional bulu tangkis lebih dari 80% dari pemain bulu tangkis memiliki raket bulu tangkis merek Yonex ditangan pemain bulu tangkis ketika bertanding. Nama besar yang disponsori Yonex pada pemain seperti Peter Gade, Lee Chong Wei dan Ana Ivanovic (Cabang Olahraga Tenis).⁸ Oleh karena itu Yonex dilibatkan sebagai nominasi dalam ajang penghargaan Top Brand Award, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.4
Berdasarkan Top Brand Award Result 2 Fase 2

No	Merek	TBI (2015)	TBI (2016)	TBI (2017)
1.	Yonex	83,9%	85,6%	88,1 %
2.	Astec	1,8%	1,0%	1,1 %
3.	Victor	1,3%		
4.	Carbonex		1,3%	
5.	Kawasaki			0,7 %

Sumber: http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_

Pada tabel tersebut diperoleh data dari beberapa merek raket bulu tangkis. TOP Brand Award adalah sebuah penghargaan yang diberikan kepada merek-merek yang meraih predikat TOP. Penghargaan ini diberikan berdasarkan penilaian yang diperoleh dari hasil survei berskala nasional dibawah penyelenggaraan Frontier Consulting Group. Posisi Yonex sangat unggul dibandingkan kompetitor lainnya. Berdasarkan peringkat kinerja produk personal 2015-2017, TBI (Top Brand Index)

⁸ Juara Bdminton, "Yonex Merek Raket Badminton Terkenal", <http://juarabadminton.blogspot.co.id/2014/05/yonex-merek-terkenal-raket-badminton.html?m=1>, diakses tanggal 03 Maret 2018.

mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Tahun 2015 sebesar 83,9%, tahun 2016 sebesar 85,6% dan tahun 2017 sebesar 88,1%.

Berdasarkan tabel 1.3 anggota PB (Persatuan Bulu tangkis) kota Blitar lebih memilih raket merek yonex untuk menunjang perkembangan kemampuan bermain bulu tangkis. Terlihat dari jumlah anggota 155 yang menggunakan raket merek yonex sebanyak 90 anggota.

Berdasarkan observasi pada 90 anggota PB (Persatuan Bulu tangkis) di kota Blitar didapat hasil sebagai berikut:

Tabel 1.5
Alasan Konsumen Melakukan Pembelian Raket Merek Yonex

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian		Jumlah Responden
Kebudayaan	Budaya	0
	Sub budaya	0
	Kelas sosial	0
Sosial	Kelompok referensi	0
	Keluarga	2
	Peran dan status	0
Pribadi	Usia dan tahap daur hidup	0
	Pekerjaan	0
	Kondisi ekonomi	2
	Gaya hidup	2
	Kepribadian dan konsep diri	1
Psikologis	Motivasi	5
	Persepsi	68
	Pembelajaran	1
	Sikap dan kepercayaan	9
Jumlah		90

Sumber : Data diolah (2018)

Pada tabel tersebut dapat diperoleh data bahwa dari beberapa konsumen yang dijadikan responden pada observasi, memiliki lebih dari satu faktor yang menjadi alasan dalam melakukan pembelian raket Yonex.

Akan tetapi, alasan terbanyak konsumen melakukan pembelian raket Yonex dikarenakan faktor psikologis. Menurut Mussen & Rosenzweig, psikologi diartikan sebagai ilmu yang mempelajari *mind* (pikiran), namun dalam perkembangannya, kata *mind* berubah menjadi *behavior* (tingkah laku), sehingga psikologi didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari tingkah laku manusia.⁹ Empat faktor utama yang dapat mempengaruhi faktor psikologis konsumen yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran keyakinan dan sikap.¹⁰ Akan tetapi, dari keempat faktor utama psikologis yang banyak dimiliki konsumen terhadap keputusan pembelian adalah persepsi. Pada observasi tersebut, faktor persepsi konsumen diperoleh dari kategori menurut indikator. Indikator dari persepsi yang mempengaruhi keputusan pembelian sebagian besar konsumen yakni keandalan produknya yang memberikan kenyamanan bagi konsumen. Dapat dilihat pada tabel 1.5 bahwa hasil observasi dari 90 anggota pengguna raket merek Yonex yang menyatakan alasannya dikarenakan faktor persepsi ada 68 anggota.

Konsumen akan menampilkan perilakunya setelah melakukan persepsi terhadap keputusan apa yang diambil dalam membeli suatu produk. Satu alasan mengapa para konsumen memberikan tanggapan secara berbeda pada situasi yang sama adalah karena mereka membayangkan situasi tersebut secara berbeda. Persepsi merujuk pada

⁹ Alex Sobur, *Psikologi Umum dalam Lintasan sejarah* (Bandung: Pustaka Setia, 2003), 20.

¹⁰ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2013), 385-388.

cara orang mengumpulkan dan mencatat informasi.¹¹ Persepsi diartikan sebagai makna yang kita hubungkan berdasarkan pengalaman masa lampau, rangsangan yang kita terima melalui 5 indera.¹²

Sedangkan kotler dan amstrong mengemukakan bahwa dalam keadaan yang sama, persepsi seseorang terhadap suatu produk dapat berbeda-beda, hal ini disebabkan oleh proses seleksi terhadap berbagai stimulus yang ada. Pada hakekatnya persepsi akan berhubungan dengan perilaku seseorang dalam mengambil keputusan terhadap apa yang dikehendaki. Salah satu cara untuk mengetahui perilaku konsumen adalah dengan menganalisis persepsi konsumen terhadap produk. Dengan persepsi konsumen kita dapat mengetahui hal-hal apa saja yang menjadi kekuatan, kesempatan ataupun ancaman dari produk kita.¹³

Dalam mempertimbangkan tingkat pemenuhan kebutuhan dan keinginan, secara psikologis konsumen dipengaruhi oleh persepsinya, seperti persepsi tentang produk yang diperoleh, persepsi tentang keunggulan produk, dan kegunaan produk tersebut. Dalam kehidupan sehari-hari, kita akan melihat reaksi setiap orang akan berbeda-beda sekalipun stimulasi yang dihadapi adalah sama baik bentuknya, tempatnya dan waktunya.¹⁴

¹¹ Monle Lee & Carla Johnson, *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan dalam Prerspektif Global* (Jakarta: Kencana, 2007), 114.

¹² Suprpto dan Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan Bisnis Edisi 2* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011), 165.

¹³ Philip Kotler & Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2008), 174.

¹⁴ Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam* (Jakarta: RajaGrafindo, 2006), 92.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Raket Yonex (Studi Pada Anggota Persatuan Bulu Tangkis Kota Blitar)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap raket Yonex pada anggota persatuan bulu tangkis Kota Blitar?
2. Bagaimana keputusan pembelian terhadap raket Yonex pada anggota persatuan bulu tangkis Kota Blitar?
3. Bagaimana pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian raket Yonex pada anggota persatuan bulu tangkis Kota Blitar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian diatas, ada beberaa tujuan dari penelitian tersebut adalah:

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap raket Yonex pada anggota persatuan bulu tangkis Kota Blitar
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian terhadap raket Yonex pada anggota persatuan bulu tangkis Kota Blitar
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian raket Yonex pada anggota persatuan bulu tangkis Kota Blitar

D. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis khususnya konsep persepsi dalam pengambilan keputusan pembelian dan apabila menjadi *entrepreneur* hendaknya penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan untuk memilih produk dalam memulai usaha.

2. Kegunaan secara praktis

a. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat menambah keilmuan tentang faktor-faktor keputusan pembelian yaitu psikologis yang meliputi: motivasi, persepsi, pembelajaran, sikap dan kepercayaan.

b. Bagi Pengusaha/ *Entrepreneur*

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan sebelum membeli sebuah produk untuk dijual kembali dengan melihat persepsi konsumen.

c. Bagi pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah keilmuan dalam membeli produk untuk lebih mempertimbangkan persepsi terlebih dahulu

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian yang sebenarnya masih harus diuji secara empiris. Berdasar pada permasalahan yang telah disebutkan, maka hipotesis alternatif yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H_0 = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara persepsi terhadap keputusan pembelian
2. H_a = Ada pengaruh yang signifikan antara persepsi terhadap keputusan pembelian

F. Telaah Pustaka

Penelitian terdahulu dicantumkan untuk mengetahui perbandingan penelitian yang telah dilakukan dan untuk mempermudah fokus apa yang akan dikaji dalam penelitian ini. Adapun beberapa hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini antara lain:

1. “Pengaruh Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani Di Re-Share Rabbani Blitar” Skripsi yang ditulis oleh Arina wahyuni (2017). Penelitian secara umum membahas persepsi dan sikap konsumen dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hubungan antara persepsi dan sikap konsumen dengan keputusan pembelian produk Rabbani kearah positif. Hubungan tersebut berada pada kategori korelasi rendah. Adapun persamaan peneliti dengan skripsi diatas sama-sama menggunakan metode kuantitatif, salah satu Variabel dari skripsi diatas menggunakan (X) persepsi dan variabel Y-nya sama yaitu keputusan

pembelian. Perbedaanya peneliti sebelumnya Variabel X_2 yaitu sikap konsumen, sedangkan peneliti tidak menggunakan variabel X_2 tetapi hanya menggunakan (X) persepsi. Obyek yang digunakan peneliti sebelumnya di Re-Share Rabbani Blitar, sedangkan peneliti melakukan penelitian pada anggota Persatuan Bulu Tangkis kota Blitar.

2. “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Nuvo Di Santriwati Pondok Sunan Kalijaga Pakunden”. Skripsi yang ditulis oleh Indah Puspitasari . Penelitian secara umum menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap keputusan pembelian yaitu berdasarkan R square sebesar 0,437. Adapun persamaan peneliti dengan skripsi diatas sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan variabel Y-nya sama yaitu keputusan pembelian. Perbedaanya peneliti sebelumnya Variabel X yaitu harga , sedangkan peneliti variabel X yaitu persepsi. Obyek yang digunakan peneliti sebelumnya di pondok sunan kalijaga, sedangkan peneliti melakukan penelitian pada anggota Persatuan Bulu Tangkis kota Blitar.