

**PROBABILITAS KONSUMEN MEMBELI RAKET LI-NING TERHADAP
PESAING RAKET YONEX BERDASARKAN ASPEK CITRA MEREK,
HARGA DAN KUALITAS PRODUK
(Studi pada Toko Raket Murah Surabaya)**

SKRIPSI



Disusun oleh :

MAULITA NADYA

NPM : 17042010038

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

2021

LEMBAR PENGESAHAN

PROBABILITAS KONSUMEN MEMBELI RAKET LI-NING TERHADAP PESAING RAKET
YONEX BERDASARKAN ASPEK CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
(Studi pada Toko Raket Murah Surabaya)

Disusun Oleh :

MAULITA NADYA

NPM: 17042010038

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 01 Mei 2021

Menyetujui,

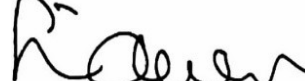
PEMBIMBING



Ir. Lisa Sulistyawati, MM
NIP. 195802231987032001

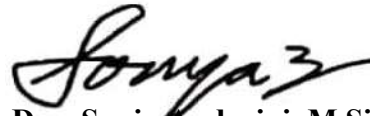
TIM PENGUJI

1. Ketua



Dr. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

2. Sekretaris



Dra. Sonia Andarini, M.Si
NIP. 196503219930920001

3. Anggota



Ir. Lisa Sulistyawati, MM
NIP. 195802231987032001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA

NIP. 195807011987031001

LEMBAR PERSETUJUAN

**PROBABILITAS KONSUMEN MEMBELI RAKET LI-NING TERHADAP PESAING RAKET
YONEX BERDASARKAN ASPEK CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK**

(Studi pada Toko Raket Murah Surabaya)

Disusun oleh :

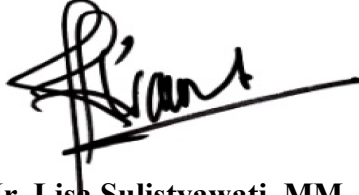
MAULITA NADYA

NPM. 17042010038

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Ir. Lisa Sulistyawati, MM

NIP. 195802231987032001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA

NIP. 195807011987031001

ABSTRAKSI

MAULITA NADYA, 17042010038, PROBABILITAS KONSUMEN MEMBELI RAKET LI-NING TERHADAP PESAING RAKET YONEX BERDASARKAN ASPEK CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK (Studi pada Toko Raket Murah Surabaya)

Probabilitas adalah suatu ukuran tentang kemungkinan suatu peristiwa akan terjadi dimasa yang akan datang. Kondisi pertumbuhan bisnis saat ini cukup tinggi, dapat dilihat dari berdirinya perusahaan-perusahaan dengan produk sejenis yang akan dijadikan sebagai pesaing, sehingga akan menimbulkan terjadinya persaingan dalam merebut pangsa pasar dan konsumen. Li-Ning dan Yonex merupakan merek raket yang cukup terkenal kalangan pecinta olahraga Bulutangkis, produk raket sejenis tersebut hanya dibedakan dari label atau merek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui probabilitas marjinal raket Li-Ning dan raket Yonex, probabilitas bersama raket Li-Ning dan raket Yonex dan probabilitas bersyarat raket Li-Ning terhadap pesaing raket Yonex berdasarkan aspek citra merek, harga dan kualitas produk.

Jenis metode penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli raket Li-Ning dan raket Yonex di Toko Raket Murah Surabaya dan sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Dengan menggunakan teknik penarikan sampel yaitu sampling kuota dan sampling purposive. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisa probabilitas.

Jika ditinjau dari hasil probabilitas marjinal, disimpulkan bahwa probabilitas tertinggi adalah probabilitas konsumen membeli raket Li-Ning dan raket Yonex karena kualitas produk yaitu sebesar 0,80. Jika ditinjau dari probabilitas bersama konsumen raket Li-Ning disimpulkan bahwa probabilitas tertinggi adalah probabilitas konsumen yang membeli raket Li-Ning karena kualitas produk yaitu sebesar 0,96. Sedangkan konsumen raket Yonex, disimpulkan bahwa probabilitas tertinggi adalah probabilitas yang membeli raket Yonex karena citra merek yaitu sebesar 0,74. Jika ditinjau dari probabilitas bersyarat, disimpulkan bahwa probabilitas tertinggi adalah probabilitas raket Li-Ning terhadap pesaing raket Yonex karena kualitas produk yaitu sebesar 0,96.

Kata Kunci : Probabilitas, citra merek, harga, kualitas produk, keputusan konsumen

ABSTRACT

MAULITA NADYA, 17042010038, PROBABILITAS KONSUMEN MEMBELI RAKET LI-NING TERHADAP PESAING RAKET YONEX BERDASARKAN ASPEK CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK (Studi pada Toko Raket Murah Surabaya)

Probability is a measure of the likelihood that an event will occur in the future. The current condition of business growth is quite high, it can be seen from the establishment of companies with similar products that will serve as competitors, which will lead to competition in seizing market share and consumers. Li-Ning and Yonex are racket brands that are quite well-known among badminton lovers, such racket products are only distinguished from labels or brands. This study aims to determine the marginal probability of the Li-Ning and Yonex racket, the joint probability of Li-Ning and Yonex's racket and the conditional probability of Li-Ning's racket against Yonex's racket competitors based on aspects of brand image, price and product quality.

This type of research method is quantitative. The population used in this study were consumers who bought Li-Ning racket and Yonex racket at Cheap Racket Shop Surabaya and the samples were taken as many as 100 respondents. By using sampling techniques, namely sampling quota and sampling purposive. The data analysis technique used is probability analysis.

When viewed from the results of the marginal probability, it is concluded that the highest probability is the probability of consumers buying Li-Ning and Yonex racket because the product quality is 0.80. When viewed from the joint probability of Li-Ning racket consumers, it can be concluded that the highest probability is the probability of consumers buying a Li-Ning racket because of product quality, which is 0.96. While consumers of Yonex racket, it is concluded that the highest probability is the probability of buying a Yonex racket because of the brand image which is equal to 0.74. If viewed from the conditional probability, it is concluded that the highest probability is the Li-Ning racket probability against the Yonex racket competitor because the product quality is 0.96.

Keywords: Probability, brand image, price, product quality, consumer decisions

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Probabilitas Konsumen Membeli Raket Li-Ning terhadap pesaing Raket Yonex berdasarkan aspek Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk (Studi pada Toko Raket Murah Surabaya)”**.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik dan lancar tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada **Ibu Ir. Lisa Sulistyawati, MM** selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing peneliti dan memberikan masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Pada kesempatan ini peneliti juga menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya :

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku koordinator Program Studi Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Seluruh Dosen Program Studi Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.

4. Kedua Orang Tua penulis yang telah senantiasa memberikan dukungan penuh kepada penulis agar cepat terselesaikan skripsi ini.
5. Khafid Nur Rozaq selaku Owner Raket Murah Surabaya yang telah membantu dalam memberikan informasi kepada penulis.
6. Sahabat penulis khususnya GSoquad (Novita, Adena, Mia, Mufnil, Feli, Shinta, Nita dan Adinda) yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis.
7. Teman-teman bimbingan bu Lisa, khususnya Dita yang selalu memberi support dan semangat kepada penulis.
8. Erlana Yoga yang selalu menemani dan memberi semangat serta dukungan penuh kepada penulis.
9. Teman-teman penulis di angkatan 2017 yang telah memberikan semangat untuk penulis.

Selain itu, penulis menyadari sepenuhnya bahwa didalam menyusun skripsi ini masih kurang dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kebaikan dimasa yang akan datang. Akhir kata doa dan harapan semoga ilmu yang didapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, April 2021

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
ABSTRAKSI	ix
ABSTRACT.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Secara Praktis.....	13
1.4.2 Secara Teoritis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2.1 Pemasaran	17
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran	17
2.2.1.1 Konsep Pemasaran.....	18
2.2.1.1 Bauran Pemasaran.....	21
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	23
2.2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	23
2.2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	24
2.2.3 Keputusan Konsumen	25

2.2.3.1	Konsep Pengambilan Keputusan Konsumen	25
2.2.3.1	Tahapan proses keputusan pembelian.....	27
2.2.4	Citra Merek.....	28
2.2.4.1	Pengertian Citra Merek.....	28
2.2.4.2	Dimensi dan Indikator Citra Merek (Brand Image).....	29
2.2.4.3	Tolak Ukur Citra Merek.....	31
2.2.5	Harga.....	33
2.2.5.1	Pengertian Harga.....	33
2.2.5.2	Indikator Harga	34
2.2.5.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga	34
2.2.5.4	Strategi Penetapan Harga.....	36
2.2.6	Kualitas Produk.....	39
2.2.6.1	Pengertian Kualitas Produk.....	39
2.2.6.2	Atribut Produk	40
2.2.6.3	Klasifikasi Produk.....	41
2.2.7	Probabilitas	45
2.2.7.1	Pengertian Probabilitas	45
2.2.7.2	Konsep Dasar Probabilitas.....	46
2.2.7.3	Pendekatan Probabilitas	47
2.2.7.4	Peristiwa Independen Probabilitas	48
2.2.7.5	Aturan Dasar Probabilitas	49
2.2	Kerangka Berpikir.....	52
2.3	Hipotesis	54
BAB III	METODE PENELITIAN.....	55
3.1	Jenis Penelitian.....	55
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	55
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	58
3.3.1	Populasi.....	58
3.3.2	Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	58

3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.4.1	Jenis Data dan Sumber Data	60
3.4.1	Pengumpulan Data.....	60
3.5	Teknik Analisis Data.....	60
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	68
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	68
4.1.1.	Sejarah Singkat Perusahaan	68
4.1.2.	Produk Perusahaan.....	74
4.2	Penyajian Data	75
4.2.1	Karakteristik Responden yang Membeli Raket Li-Ning.....	75
4.2.2	Data Jawaban Responden yang Membeli Raket Li-Ning	78
4.2.3	Karakteristik Responden yang Membeli Raket Yonex	80
4.2.4	Data Jawaban Responden yang Membeli Raket Yonex	82
4.3	Analisis Data	84
4.4	Pembahasan.....	93
4.4.1	Probabilitas Marjinal.....	93
4.4.2	Probabilitas Bersama	94
4.4.3	Probabilitas Bersyarat	98
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	99
5.1	Kesimpulan	99
5.2	Saran	101
	DAFTAR PUSTAKA.....	102
	LAMPIRAN.....	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	27
Gambar 2.2	Kerangka Berpikir.....	52
Gambar 4.1	Logo Perusahaan.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Volume Penjualan selama Tahun 2020.....	5
Tabel 3.1	Probabilitas Konsumen yang Membeli Raket Li-Ning dan Raket Yonex.....	61
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	76
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	77
Tabel 4.4	Data Jawaban Responden Berdasarkan Pembelian Raket Li-Ning....	78
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	80
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	81
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	81
Tabel 4.8	Data Jawaban Responden Berdasarkan Pembelian Raket Yonex.....	82
Tabel 4.9	Probabilitas Konsumen yang Membeli Raket Li-Ning dan Raket Yonex.....	85

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Hasil Jawaban Responden
- Lampiran 3 Uji Plagiasi