

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Permainan bulutangkis yang bermula dari *battledore* merupakan permainan yang menepak bola (*forehand*) atau ke belakang (*backhand*) selama mungkin. Model permainan tersebut diperkirakan sudah dilakukan sejak 2000 tahun lalu di India, Jepang, Thailand, hingga Yunani. Kepopuleran bulutangkis meningkat, saat orang-orang mengenal *battledore* (tepok bola) tersebut dari istana Badminton House, Gloucestershire, Inggris.

Permainan tersebut lantas dibawa oleh tentara kerajaan Inggris menuju India, yang menyelenggarakannya secara terbuka serta menambahkan jaring agar pesertanya bisa bermain secara bergilir. Regulasi awal olahraga bulutangkis disusun oleh sebuah klub bernama Badminton Batha di Inggris. Hingga pada akhirnya terbentuk asosiasi bulutangkis Inggris pada 1893, lantas berujung pada pendirian Federasi Bulu Tangkis Dunia (BWF) pada 1934.

Penyebaran olahraga bulutangkis di Indonesia terjadi berkat pengaruh dua negara tetangga yang menjadi sekutu Inggris yang berada di Asia, yakni Malaysia dan Singapura. Permainan ini mulai dikenal di wilayah Sumatra pada 1930an sebelum akhirnya tiba di Jakarta. Kemunculan bulu tangkis di Ibu Kota dibuktikan dengan adanya pembentukan perkumpulan bulu tangkis *Bataviase Badminton Bond* dan *Bataviase Badminton League* pada 1933.

Antusiasme pengembangan olahraga tersebut mendorong berdirinya Persatuan Bulu Tangkis Seluruh Indonesia (PBSI) pada 5 Mei 1951. Kepengurusan organisasi ini tersebar ke sejumlah provinsi dengan sebutan Pengda (Pengurus Daerah) hingga tingkat Pengcab (Pengurus Cabang) di wilayah kotamadya/kabupaten.

Permainan bulutangkis merupakan salah satu cabang olahraga permainan yang populer dan banyak digemari oleh masyarakat di Indonesia, bahkan di seluruh dunia. Permainan ini menggunakan raket sebagai alat pemukul dan *shuttlecock* sebagai objek pukul, dapat dimainkan dilapangan terbuka maupun tertutup. Permainan ini bersifat individual, dapat dimainkan satu orang melawan satu orang atau dua orang lawan dua orang. Dapat dimainkan oleh putera, putri, dapat pula dimainkan oleh pasangan campuran putra putri.

Sebagai olahraga yang banyak digemari oleh masyarakat di Indonesia, banyak muncul industri-industri serta perusahaan-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.

Gambar 1.1
Gambar Anthony Sinisuka Ginting



Berdasarkan gambar diatas, Anthony Sinisuka Ginting atlit asal Indonesia yang menggunakan raket Li-Ning.

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang yang muncul dari diri seseorang dikarenakan kebutuhan atau keinginannya dapat terpenuhi, meskipun untuk mendapatkannya

diperlukan suatu usaha atau pengorbanan (Rasyid, 2017). Kepuasan pelanggan adalah hasil *outcome* yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa sama atau melebihi harapan yang diinginkan (Wahyuni & Amboningtyas, 2017).

Brand Image adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu merek (Kotler, 2005:201). Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah *Brand Image*. *Brand Image* saat ini sangat diperhatikan oleh konsumen. Konsumen selalu mempertimbangkan *Brand Image* yang melekat pada produk-produk yang telah dibeli.

Selain faktor *Brand image*, factor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Menurut Hidayat (2009), kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Dengan kualitas produk yang baik, maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk akan terpenuhi. Jika kualitas produk yang diterima lebih tinggi dari pada yang diharapkan, maka kualitas produk yang dipersepsikan akan memuaskan.

Di sisi lain, untuk menunjang *Brand Image* dan kualitas produk, faktor lain yang juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:345) harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Li-Ning Company Limited merupakan sebuah perusahaan Tiongkok yang membuat sepatu atletik dan perlengkapan olahraga. Perusahaan ini menjadi sponsor bagi sejumlah atlit dan tim, baik di Tiongkok dan seluruh dunia.

Li-Ning Company Limited didirikan pada tahun 1990 oleh Li Ning, mantan pesenam Olimpiade asal Tiongkok. Hingga tahun 2015, Li Ning masih menjabat sebagai Ketua Direksi.

Tahun 2005, Li-Ning membuat *joint-venture* dengan perusahaan pakaian olahraga Prancis, AIGLE, memberikan Li-Ning hak eksklusif untuk menjadi satu-satunya distributor produk AIGLE di Tiongkok selama 50 tahun. Pada tahun 2006, Li-Ning membukukan pendapatan sebesar US\$ 418 juta dan total keuntungan sekitar US\$ 39 juta. Hingga maret 2007, Li-Ning memiliki 4297 toko-toko ritel.

Pada Januari 2010, Li-Ning membuka kantor perwakilan AS dan flagship store di Portland, Oregon. Pada tahun 2010, sebagai bagian dari revitalisasi merek Li-Ning merilis logo dan slogan baru "*Ràng Gǎibiàn Fāshēng*" dalam bahasa Tiongkok, diterjemahkan sebagai "Membuat Perubahan" dalam bahasa Indonesia. Pada Januari 2011, Li-Ning bergabung ke dalam kemitraan Acquity Group yang berbasis di Chicago untuk memperluas distribusi di Amerika Serikat.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk menganalisis hubungan *Brand Image* dengan Kepuasan Pelanggan, menganalisis hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan, untuk menganalisis hubungan Harga dengan Kepuasan Pelanggan, sehingga pada penelitian ini penulis tertarik untuk member judul "**Analisis Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Raket Li-Ning (Studi Kasus Pada UKM Olahraga Unimus)**"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana *Brand Image* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Raket Li-Ning?
2. Bagaimana Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Raket Li-Ning?

3. Bagaimana Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Raket Li-Ning?
4. Bagaimana *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Raket Li-Ning?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, adapun tujuan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut

1.3.1 Tujuan Umum

Identifikasi analisis pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Raket Li-Ning pada UKM Olahraga Unimus untuk kepentingan perusahaan maupun pengguna Raket Li-Ning pada UKM Olahraga Unimus.



1.3.2 Tujuan Khusus

1. Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh *Brand Image* terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Raket Li-Ning.
2. Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Raket Li-Ning.
3. Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Raket Li-Ning.
4. Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Harga secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Raket Li-Ning.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang di peroleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Hasil Penelitian ini diharapkan sebagai evaluasi dan bahan dalam mengambil kebijakan yang berkaitan dengan upaya peningkatan Kepuasan Pelanggan *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Raket Li-Ning.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut untuk mengembangkan wawasan tentang “ **Analisis Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Raket Li-Ning** ”

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan wawasan yang luas bagi masyarakat.

4. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat membantu masyarakat khususnya mahasiswa dalam menyalurkan aspirasi atau ide terkait *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Harga guna memenuhi kebutuhan dan keputusan pembelian.



1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulisan skripsi ini, maka penulis membagi pembahasan ke dalam 5 bab dengan sistematika adalah sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan dalam penelitian ini. Latar belakang menjelaskan tentang dasar untuk memberikan pemahaman mengenai apa yang ingin penulis sampaikan yaitu nilai *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. Rumusan Masalah adalah bagian yang menjelaskan secara terperinci dengan pertanyaan-pertanyaan

tertentu. Selain itu tujuan dan kegunaan penelitian dapat membantu memecahkan masalah dan mengembangkan ilmu pengetahuan secara teoritis.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Pada bab ini akan diuraikan hasil kajian pustaka (penelusuran literature) yang telah dilakukan. Hasil kajian pustaka berupa landasan teori dan bahasan hasil penelitian sebelumnya yang sejenis, apabila dimungkinkan dapat dikemukakan kerangka pikiran dan hipotesis. Sumber-sumber literature harus relevan dengan permasalahan penelitian yang disajikan.

Bab III : Metode Penelitian

Pada bab ini akan membahas bagaimana metode penelitian dilakukan. Pembahasan bab ini meliputi : objek penelitian, variabel penelitian, dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis. Objek penelitian yaitu tempat dimana penelitian dilakukan. Variabel penelitian dan definisi operasional yaitu variabel yang akan digunakan dalam penelitian dan mendefinisikan terlebih dahulu agar informasi bagaimana cara mengukur variabel dalam penelitian lebih jelas. Populasi dan sampel yang akan digunakan yaitu sesuai dengan kriteria penelitian yang sedang dilakukan. Selain itu adanya jenis dan sumber data yang dikumpulkan oleh peneliti sendiri, data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung melalui sekumpulan data yang dirangkum khusus dan berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti dan data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui data yang telah diteliti dan dikumpulkan oleh pihak peneliti sebelumnya dan berkaitan dengan permasalahannya. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner.

Bab IV : Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini akan dibahas secara rinci hasil penelitian atau pengamatan yang disajikan menurut topik dan sub topik secara berurutan. Bab ini akan menjawab permasalahan penelitian

yang diangkat berdasarkan hasil pengolahan data dan landasan teori yang relevan. Penyajian hasil penelitian dapat dilakukan dalam bentuk uraian yang digabung dengan tabel, gambar, atau grafik.

Bab V : Penutupan

Pada bab ini akan membahas mengenai kesimpulan dan saran. Kesimpulan penulis menuliskan bagaimana pernyataan singkat, jelas, analisis, pembahasan, dan pengujian hipotesis dalam sebuah penelitian. Selain itu saran dari seorang peneliti yang berkaitan dengan pemecahan masalah yang menjadi objek penelitian ataupun kemungkinan penelitian lanjutan.

