

**KARAKTERISTIK PERILAKU KONSUMEN
DALAM PEMBELIAN RAKET BULUTANGKIS
(STUDI KASUS PADA KOMUNITAS BULUTANGKIS KBC CIBINONG)**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1)
Komunikasi Bidang Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun oleh :

**MUHAMMAD HANDITO YUDISHA
44319110084**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Handito Yudisha
NIM : 44319110084
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Komunikasi Pemasaran & Periklanan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **Karakteristik Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Raket Bulutangkis (Studi Kasus Pada Komunitas Bulutangkis KBC Cibinong)** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Tugas Akhir tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 26 Agustus 2022



(Muhammad Handito Yudisha)

Mengetahui,

Pembimbing

(Krisnomo Wisnu Trihatman, M. Ikom)

Ketua Bidang Studi

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul : **Karakteristik Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Raket Bulutangkis (Studi Kasus Pada Komunitas Bulutangkis KBC Cibinong)**

Nama : Muhammad Handito Yudisha

NIM : 44319110084

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Komunikasi Pemasaran & Periklanan

Jakarta, 26 Agustus 2022

Mengetahui,

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Krisnomo Wisnu Trihatman, M. Ikom)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Judul : **Karakteristik Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Raket Bulutangkis (Studi Kasus Pada Komunitas Bulutangkis KBC Cibinong)**

Nama : Muhammad Handito Yudisha

NIM : 44319110084

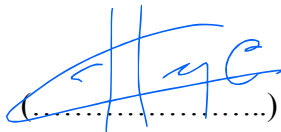
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Komunikasi Pemasaran & Periklanan


Jakarta, 26 Agustus 2022

Ketua Sidang : Melly Ridaryanthi, Ph.D. ()

Penguji Ahli : Engga Probi Endri, MA

()

Pembimbing : Krisnomo Wisnu Trihatman, M. Ikom

()



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : Karakteristik Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Raket Bulutangkis (Studi Kasus Pada Komunitas Bulutangkis KBC Cibinong)
Nama : Muhammad Handito Yudisha
NIM : 44319110084
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Komunikasi Pemasaran & Periklanan

Jakarta, 26 Agustus 2022

Disetujui dan diterima oleh,

**Ketua Bidang Studi
Komunikasi Pemasaran
& Periklanan**

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Pembimbing

(Krisnomo Wisnu Trihatman, M. Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Muhammad Handito Yudisha

44319110084

Karakteristik Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Raket Bulutangkis
(Studi Kasus Pada Komunitas Bulutangkis KBC Cibinong)

Bibliografi : 5 Bab 80 hal + lampiran + 21 Buku + 10 Jurnal + 1 Internet

ABSTRAK

Bulutangkis merupakan salah satu olahraga yang paling banyak dimainkan di Indonesia. Menurut hasil survey Nielsen Sports pada bulan September tahun 2020 lalu, Bulutangkis menjadi olahraga yang paling disukai oleh masyarakat Indonesia.

Dalam permainan bulutangkis, raket merupakan perlengkapan utama bagi seorang pemain. Masing-masing pemain memiliki karakteristik sendiri dalam memilih raket bulutangkis yang akan mereka gunakan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tahapan-tahapan yang dilalui oleh konsumen dalam menentukan keputusan pembelian raket bulutangkis.. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik wawancara mendalam terhadap beberapa anggota komunitas bulutangkis KBC Cibinong sebagai data primer.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen melewati lima tahapan dalam perjalanan mereka untuk mencapai keputusan pembelian raket bulutangkis, yaitu tahap identifikasi masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

Kata Kunci : *Komunikasi Pemasaran, Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian, Bulutangkis, Raket, KBC Cibinong,*



Mercu Buana University
Faculty of Communication
Field of Study Marketing Communication & Advertising
Muhammad Handito Yudisha
44319110084

Characteristics of Consumer Behavior in Badminton Racket Purchase Decisions
(Case Study at KBC Cibinong Badminton Community)
Bibliography : 5 Article 80 pages + Attachment + 21 Books + 10 Journal + 1
Internet

ABSTRACT

Badminton is one of the most played sports in Indonesia. According to the results of a Nielsen Sports survey in September 2020, badminton is the most preferred sport by the people of Indonesia.

In the game of badminton, racket is the main equipment for a player. Each player has their own characteristics in choosing the badminton racket they will use.

The purpose of this study was to find out how the stages passed by consumers in determining badminton racket purchasing decisions. This study used qualitative research methods with in-depth interviews with several members of the KBC Cibinong badminton community as primary data.

The results showed that consumers went through five stages in their journey to reach a badminton racket purchasing decision, namely the stages are identification the problem, seeking information, evaluating the alternatives, purchasing decisions, and post-purchase behavior.

Keywords : *Marketing Communication, Consumer Behaviour, Purchasing Decision, Badminton, Racket, KBC Cibinong.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil,,alamin, dengan segala kerendahan hati, penulis panjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT, karena atas izin, rahmat serta hidayahNya, penulisan tugas akhir penelitian yang berjudul Karakteristik Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Raket Bulutangkis (Studi Kasus Pada Komunitas Bulutangkis Kbc Cibinong) dapat diselesaikan.

Penulisan tugas akhir penelitian ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat Program Strata I pada Jurusan Marcomm & Advertising Universitas Mercu Buana. Dalam penyajian tugas akhir penelitian ini penulis menyadari masih belum mendekati kesempurnaan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan koreksi dan saran yang sifatnya membangun sebagai bahan masukan yang bermanfaat demi perbaikan dan peningkatan diri dalam bidang ilmu pengetahuan. Penulis menyadari, berhasilnya studi dan penyusunan tugas akhir penelitian ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah memberikan semangat dan doa kepada penulis dalam menghadapi setiap tantangan, sehingga sepatutnya pada kesempatan ini penulis menghaturkan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Krisnomo Wisnu Trihatman, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa sabar dan mau meluangkan waktunya untuk memberikan penjelasan, arahan, masukan, motivasi dan dukungan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Ibu Eka Perwitasari Fauzi, M.ed selaku Ketua Program studi Advertising & Marketing Communication Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dewi Sad Tanti S.Sos, M.Si selaku Dosen Riset Komunikasi yang membimbing dalam penentuan tema, judul dan pengerjaan bab awal penelitian ini
4. **Dr. Elly Yuliawati, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh Dosen dan Staff Kampus Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

6. Kedua orangtua serta keluarga penulis yang telah memberikan doa restu dan dukungannya sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian ini.
7. Sahabat dan teman-teman yang telah memberikan dukungannya sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian ini.
8. Teman-teman seperjuangan dan seangkatan di Universitas Mercu Buana Menteng yang sama-sama menjalani masa-masa penuh kepusingan dan kurang tidur akibat keseringan begadang karena harus membagi waktunya antara kuliah dan kerja.
9. Rekan-rekan di komunitas bulutangkis KBC Cibinong (Mas Djoko, Mas Danu, Mas Chris, dan Mas Deni) yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi narasumber dan mengizinkan penulis untuk mengikuti jadwal latihan rutinnya.
10. Rekan-rekan mahasiswa/i Fakultas Ilmu Komunikasi bidang studi Marketing Communication and Advertising. Terimakasih atas sharing ilmu sehingga penulis mendapatkan wawasan seputar ilmu komunikasi.
11. Dan semua pihak yang tidak disebutkan satu per satu, yang telah mendukung Peneliti hingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.

Akhir kata semoga Tugas Akhir Penelitian ini dapat dimanfaatkan dan dapat memberikan sumbangsih pemikiran untuk perkembangan pengetahuan bagi penulis maupun bagi pihak yang berkepentingan.

Wasalamualaikum Wr.Wb.

Jakarta, Agustus 2022

Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.4.1. Manfaat Akademik.....	5
1.4.2. Manfaat Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Penelitian Terdahulu.....	6
2.2. Kajian Teoritis	17
2.2.1. Komunikasi Pemasaran.....	17
2.2.2. Media Baru.....	20
2.2.3. Konsumen	21
2.2.4. Perilaku Konsumen	23
2.2.5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34
3.1. Paradigma Penelitian.....	34
3.2. Metode Penelitian.....	34
3.3. Subjek Penelitian.....	35
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.4.1. Data Primer.....	36

3.4.1. Data Sekunder.....	36
3.5. Teknik Analisis Data.....	36
3.6. Teknik Keabsahan Data.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
4.1.1. Sejarah Bulutangkis.....	40
4.1.2. Raket Bulutangkis.....	41
4.2. Hasil Penelitian.....	43
4.2.1. Komunikasi Pemasaran.....	44
4.2.2. Perilaku Konsumen.....	48
4.2.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	48
4.2.4. Tahap-Tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian.....	54
4.2.5. Kendala Yang Dialami Konsumen	56
4.2.6. Media Baru.....	56
4.3. Pembahasan.....	57
4.3.1. Pengenalan Masalah.....	57
4.3.2. Pencarian Informasi.....	58
4.3.3. Evaluasi Alternatif.....	61
4.3.4. Keputusan Pembelian.....	61
4.3.5. Perilaku Pasca Pembelian.....	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
5.1. Kesimpulan.....	63
5.2. Saran.....	66
5.2.1 Saran Akademis	64
5.2.2 Saran Praktis	65
DAFTAR PUSTAKA.....	78
TRANSKRIP WAWANCARA.....	66
CATATAN OBSERVASI.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
-------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Survey Nielsen Sport.....	5
Gambar 4.1.1 Peresmian KBC Cibinong.....	38
Gambar 4.1.2 Logo KBC Cibinong.....	39
Gambar 4.1.4. Struktur Raket Bulutangkis.....	42
Gambar 4.1.5. Merek-Merek Raket Bulutangkis Di Indonesia.....	43
Gambar 4.2.1.1. Instagram Victor Indonesia.....	45
Gambar 4.2.1.2. Instagram Lining Indonesia.....	46
Gambar 4.2.1.3. Instagram Yonex Indonesia.....	47
Gambar 4.3.1. Titik Keseimbangan Raket <i>Head-Heavy</i>	59
Gambar 4.3.2. Titik Keseimbangan Raket <i>Head-Light</i>	60
Gambar 4.3.3. Titik Keseimbangan Raket <i>Even-Balance</i>	60
Gambar 5.1.1. Wawancara dengan para narasumber penelitian.....	75