

Probabilitas Konsumen Membeli Raket Li-Ning Terhadap Pesaing Raket Yonex Berdasarkan Aspek Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk (Studi pada Toko Raket Murah Surabaya)

Maulita Nadya^{1*}, Lisa Sulistyawati²

^{1,2}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional (UPN) “Veteran” Jawa Timur
maulitanadya0@gmail.com*

Received 3 Mei 2021 | Revised 12 Mei 2021 | Accepted 20 Mei 2021

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Probabilitas adalah suatu ukuran tentang kemungkinan suatu peristiwa akan terjadi dimasa yang akan datang. Li-Ning dan Yonex merupakan merek raket yang terkenal di kalangan pecinta olahraga Bulutangkis, yang dibedakan oleh label. 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 adalah kuantitatif. Teknik sampel yaitu sampling kuota dan sampling purposive. Teknik analisis data adalah analisa probabilitas. Ditinjau dari hasil probabilitas marjinal, disimpulkan bahwa probabilitas tertinggi adalah probabilitas konsumen membeli raket Li-Ning dan raket Yonex karena kualitas produk sebesar 0,80. Ditinjau dari probabilitas bersama konsumen raket Li-Ning disimpulkan bahwa probabilitas tertinggi adalah probabilitas konsumen yang membeli raket Li-Ning karena kualitas produk sebesar 0,96. Sedangkan konsumen raket Yonex, 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 sebesar 0,96.

Keywords: Probabilitas; Citra Merek; Harga; Kualitas Produk; Keputusan Konsumen

Abstract

Probability is a measure of the likelihood that an event will occur in the future. Li-Ning and Yonex are racket brands which are well known among badminton lovers, who are distinguished by the label. 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 sampling technique was quota sampling and purposive sampling. The data analysis technique is probability analysis. Judging 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. Judging 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 the product quality is 0.96. Meanwhile, Yonex racket consumers, that the highest probability is the probability of buying Yonex racket because the brand image is 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

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin canggih saat ini menjadikan suatu peluang dan tantangan bisnis baru bagi perusahaan yang dapat memperluas pangsa pasar produk dari perusahaan Indonesia dan keadaan tersebut akan memunculkan persaingan yang semakin ketat. Dengan demikian pemasar harus lebih pandai dalam menghadapi persaingan dalam pengembangan usaha, mengembangkan produk atau desain produk, menetapkan harga, mengadakan promosi dan mendistribusikan produk yang efektif.

Persaingan pasar raket bulutangkis di Indonesia menjadi semakin ketat pada saat ini. Berdasarkan citra merek (*brand*) raket bulutangkis yang beredar di Negara Indonesia membuktikan bahwa pentingnya peran merek yaitu sebagai pengidentifikasi produk, simbol atau desain yang dijadikan sebagai pembeda dengan produk pesaing lainnya. Oleh karena itu konsumen dibuat bimbang oleh banyak pilihan merek disekitarnya, maka diperlukan usaha untuk membentuk sesuatu yang digunakan sebagai penguat merek dan mengenalkan merek ke masyarakat.

Li-Ning dan Yonex merupakan merek raket yang cukup terkenal kalangan pecinta olahraga Bulutangkis, produk raket sejenis tersebut hanya dibedakan dari label atau merek. Konsumen berbeda-beda dalam memutuskan untuk membeli kedua raket tersebut. Ada konsumen yang membeli raket merek Li-Ning karena citra merek, karena setiap merek mempunyai keunggulan yang berbeda-beda. Adapula konsumen membeli raket karena harga dan kualitas produk, karena sebagian dari konsumen beranggapan bahwa harga mempengaruhi kualitas produk yang baik.

Toko Raket Murah Surabaya merupakan salah satu bisnis yang cukup berkembang di bidang peralatan olahraga Bulutangkis, mulai berkembang selama 2 tahun terakhir dan banyak diminati oleh pecinta Bulutangkis, karena selain banyak merek terkenal, harga yang diberikan cukup bersahabat, Toko ini juga menyediakan penjualan tukar tambah raket bekas, serta menjanjikan kualitas produk yang baik. Dapat dikatakan berkembang karena toko ini memiliki sistem online atau penjualan secara online yang dapat dijangkau oleh masyarakat luas. Sistem penjualan online yang digunakan adalah media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Shopee. Serta harga yang ditawarkan jauh lebih murah daripada toko pesaing lainnya, maka tak heran bila banyak konsumen yang lebih memilih membeli raket di Toko Raket Murah Surabaya karena toko ini sudah cukup dikenal oleh masyarakat Surabaya.

Tabel 1. Volume Penjualan selama Tahun 2020

No	Bulan	Volume Penjualan	Persentase
1.	Januari	Rp 8.250.000	47%
2.	Februari	Rp 9.000.000	43%
3.	Maret	Rp 7.125.000	38%
4.	April	Rp 12.000.000	77%
5.	Mei	Rp 13.375.000	89%
6.	Juni	Rp 16.500.000	92%
7.	Juli	Rp 17.375.000	94%
8.	Agustus	Rp 8.250.000	57%
9	September	Rp 11. 625.000	74%
10.	Oktober	Rp 9.000.000	43%
11.	November	Rp 10.200.000	63%

Sumber : Pemilik Toko Raket Murah Surabaya

Berdasarkan tabel volume penjualan tersebut, dapat disimpulkan bahwa penjualan Raket Li-Ning di Toko Raket Murah Surabaya mengalami peningkatan dan penurunan pada setiap bulannya. Dan pada beberapa bulan terakhir terlihat penjualan raket Li-Ning mengalami peningkatan yang cukup signifikan, kenaikan pada Bulan April sebesar 77% pada Bulan Juli sebesar 94%, sedangkan pada Bulan Oktober mengalami penurunan sebesar 43%, dikarenakan kondisi perekonomian yang kurang membaik dan konsumen lebih mendahulukan kebutuhan pokok. Dan pada Bulan November mengalami peningkatan kembali sebesar 63%. Peningkatan tersebut dipengaruhi oleh minat masyarakat akan pentingnya berolahraga.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka penelitian ini meneliti tentang probabilitas, yaitu bagaimana konsumen lebih memilih membeli raket Li-Ning daripada membeli raket Yonex berdasarkan citra merek, harga, dan kualitas produk. Dan penulis tertarik untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana konsumen lebih memilih membeli raket Li-Ning daripada membeli raket Yonex dengan mengadakan suatu penelitian 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)”.

METODE

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis metode penelitian kuantitatif. Karena data penelitian ini berupa angka-angka dan menggunakan skala pengukuran untuk menganalisis dan mengkaji penelitian. Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pada umumnya teknik pengambilan sampel dilakukan secara random atau acak (Sugiyono, 2017).

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, menurut Sugiyono (2012: 80). Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai populasi adalah konsumen Toko Raket Murah Surabaya pada tahun 2020 yang membeli raket Li-Ning dan raket Yonex. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah sampling kuota dan *sampling purposive*. Menurut (Sugiyono, 2011). Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara terjun ke lapangan dan selama penelitian berlangsung peneliti menentukan dan menyebarkan kuisisioner kepada konsumen yang membeli raket Li-Ning dan raket Yonex. Dengan menentukan sampel sebanyak 50 responden kepada konsumen yang membeli raket Li-Ning dan 50 responden kepada konsumen yang membeli raket Yonex dengan menyebarkan kuesioner.

Jenis data penelitian yang digunakan adalah data primer yaitu data yang diambil dari hasil penelitian berdasarkan hasil jawaban responden yaitu konsumen Toko Raket Murah Surabaya yang membeli raket Li-Ning dan raket Yonex dan data yang diperoleh berdasarkan jawaban yang diberikan oleh responden.

Menurut (Dr. Budiono,2004:257) Teknik analisis data yang digunakan adalah analisa probabilitas. Yang dimana sesuai dengan tujuan penelitian ini, yaitu ingin mengetahui kemungkinan atau probabilitas konsumen membeli raket Li-Ning terhadap pesaing raket Yonex berdasarkan aspek citra merek, harga dan kualitas produk di Toko Raket Murah Surabaya, berikut rumus dan penjelasannya :

Tabel 2. Probabilitas Konsumen yang Membeli Raket Li-Ning dan Raket Yonex

Produk	(X ₁)	(X ₂)	(X ₃)	(X ₁ +X ₂)	(X ₁ +X ₃)	(X ₂ +X ₃)	(X ₁ +X ₂ +X ₃)
Li-Ning (Y ₁)	Y ₁ (X ₁)	Y ₁ (X ₂)	Y ₁ (X ₃)	Y ₁ (X ₁ +X ₂)	Y ₁ (X ₁ +X ₃)	Y ₁ (X ₂ +X ₃)	Y ₁ (X ₁ +X ₂ +X ₃)
Yonex (Y ₂)	Y ₂ (X ₁)	Y ₂ (X ₂)	Y ₂ (X ₃)	Y ₂ (X ₁ +X ₃)	Y ₂ (X ₁ +X ₃)	Y ₂ (X ₂ +X ₃)	Y ₂ (X ₁ +X ₂ +X ₃)

Probabilitas Marjinal

Probabilitas Citra Merek : $P(X_1) = \frac{\sum(X_1.Y_1)+\sum(X_1.Y_2)}{\sum(Y_1+Y_2)}$
 Probabilitas Harga : $P(X_2) = \frac{\sum(X_2.Y_1)+\sum(X_2.Y_2)}{\sum(Y_1+Y_2)}$
 Probabilitas Kualitas Produk : $P(X_3) = \frac{\sum(X_3.Y_1)+\sum(X_3.Y_2)}{\sum(Y_1+Y_2)}$
 Probabilitas Li-Ning : $P(Y_1) = \frac{\sum Y_1}{\sum(Y_1+Y_2)}$
 Probabilitas Yonex : $P(Y_2) = \frac{\sum Y_2}{\sum(Y_1+Y_2)}$

Keterangan :

- P : Probabilitas
- Y₁ : Li-Ning
- Y₂ : Yonex
- X₁ : Citra Merek
- X₂ : Harga
- X₃ : Kualitas Produk

Probabilitas Bersama

Li-Ning

Probabilitas karena citra merek: $P(Y_1/X_1) = \frac{\sum Y_1.X_1}{\sum Y_1}$
 Probabilitas karena harga: $P(Y_1/X_2) = \frac{\sum Y_1.X_2}{\sum Y_1}$
 Probabilitas karena kualitas produk: $P(Y_1/X_3) = \frac{\sum Y_1.X_3}{\sum Y_1}$
 Probabilitas karena citra merek dan harga: $PY_1(X_1/X_2) = \frac{\sum X_1+\sum X_2}{\sum Y_1}$
 Probabilitas karena citra merek dan kualitas produk: $PY_1(X_1/X_3) = \frac{\sum X_1+\sum X_3}{\sum Y_1}$
 Probabilitas karena harga dan kualitas produk: $PY_1(X_2/X_3) = \frac{\sum X_2+\sum X_3}{\sum Y_1}$
 Probabilitas karena citra merek, harga dan kualitas produk: $PY_1(X_1/X_2/X_3) = \frac{\sum X_1+\sum X_2+\sum X_3}{\sum Y_1}$

Keterangan :

- P : Probabilitas
- Y₁ : Li-Ning
- Y₂ : Yonex
- X₁ : Citra Merek
- X₂ : Harga
- X₃ : Kualitas Produk

Yonex

Probabilitas karena citra merek: $P(Y_2/X_1) = \frac{\sum Y_2.X_1}{\sum Y_2}$
 Probabilitas karena harga: $P(Y_2/X_2) = \frac{\sum Y_2.X_2}{\sum Y_2}$
 Probabilitas karena kualitas produk: $P(Y_2/X_3) = \frac{\sum Y_2.X_3}{\sum Y_2}$
 Probabilitas karena citra merek dan harga: $PY_2(X_1/X_2) = \frac{\sum X_1+\sum X_2}{\sum Y_2}$
 Probabilitas karena citra merek dan kualitas produk: $PY_2(X_1/X_3) = \frac{\sum X_1+\sum X_3}{\sum Y_2}$

Probabilitas karena harga dan kualitas produk:
 Probabilitas konsumen karena citra merek, harga,
 dan kualitas produk:

$$P_{Y_2} \left(X_2 / X_3 \right) = \frac{\sum X_2 + \sum X_3}{\sum Y_2}$$

$$P_{Y_2} \left(X_1 / X_2 / X_3 \right) = \frac{\sum X_1 + \sum X_2 + \sum X_3}{\sum Y_2}$$

Keterangan :

- P : Probabilitas
- Y₁ : Li-Ning
- Y₂ : Yonex
- X₁ : Citra Merek
- X₂ : Harga
- X₃ : Kualitas Produk

Probabilitas Bersyarat

Probabilitas Li-Ning terhadap pesaing Yonex karena citra merek :

$$P \left(Y_1 / X_1 \right) = \frac{P \left(Y_1 / X_1 \right) P \left(X_1 \right)}{P \left(Y_1 / X_1 \right) P \left(Y_1 \right) + P \left(Y_2 / X_1 \right) P \left(Y_2 \right)}$$

Probabilitas Li-Ning terhadap pesaing Yonex karena harga :

$$P \left(Y_1 / X_2 \right) = \frac{P \left(Y_1 / X_2 \right) P \left(X_2 \right)}{P \left(Y_1 / X_2 \right) P \left(Y_1 \right) + P \left(Y_2 / X_2 \right) P \left(Y_2 \right)}$$

Probabilitas Li-Ning terhadap pesaing Yonex karena kualitas produk:

$$P \left(Y_1 / X_3 \right) = \frac{P \left(Y_1 / X_3 \right) P \left(X_3 \right)}{P \left(Y_1 / X_3 \right) P \left(Y_1 \right) + P \left(Y_2 / X_3 \right) P \left(Y_2 \right)}$$

Keterangan :

- P : Probabilitas
- Y₁ : Li-Ning
- Y₂ : Yonex
- X₁ : Citra Merek
- X₂ : Harga
- X₃ : Kualitas Produk

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui kemungkinan atau probabilitas konsumen membeli raket Li-Ning terhadap pesaing raket Yonex berdasarkan aspek citra merek, harga dan kualitas produk di Toko Raket Murah Surabaya, maka peneliti menggunakan analisa probabilitas. Adapun tabel probabilitas konsumen yang membeli raket Li-Ning dan raket Yonex adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Probabilitas Konsumen yang Membeli raket Li-Ning dan raket Yonex

Produk	Citra Merek (X ₁)	Harga (X ₂)	Kualitas Produk (X ₃)	Citra Merek dan Harga (X ₁ +X ₂)	Citra Merek dan Kualitas Produk (X ₁ +X ₃)	Harga dan Kualitas Produk (X ₂ +X ₃)	Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk (X ₁ +X ₂ +X ₃)
Li-Ning (Y ₁)	39	35	48	32	42	36	38
Yonex (Y ₂)	37	34	32	28	30	29	25

Probabilitas Marjinal

Probabilitas Citra Merek :

$$P (X_1) = \frac{\sum(X_1 \cdot Y_1) + \sum(X_1 \cdot Y_2)}{\sum(Y_1 + Y_2)} = \frac{39 + 37}{50 + 50} = \frac{76}{100} = 0,76$$

Probabilitas konsumen yang membeli Raket Li-Ning dan Raket Yonex berdasarkan citra merek sebesar 76% responden membeli raket Li-Ning dan raket Yonex karena citra merek berdasarkan indikator desain produk yang mempengaruhi daya tarik bagi konsumen untuk membeli Raket tersebut.

Probabilitas Harga :

$$P (X_2) = \frac{\sum(X_2 \cdot Y_1) + \sum(X_2 \cdot Y_2)}{\sum(Y_1 + Y_2)} = \frac{35 + 34}{50 + 50} = \frac{69}{100} = 0,69$$

Probabilitas konsumen yang membeli Raket Li-Ning dan Raket Yonex berdasarkan harga sebesar 69% responden membeli raket Li-Ning dan raket Yonex karena harga yang berdasarkan indikator harga terjangkau, kesesuaian harga dengan kualitas produk.

Probabilitas Kualitas Produk :

$$P (X_3) = \frac{\sum(X_3 \cdot Y_1) + \sum(X_3 \cdot Y_2)}{\sum(Y_1 + Y_2)} = \frac{48 + 32}{50 + 50} = \frac{80}{100} = 0,80$$

Probabilitas konsumen yang membeli Raket Li-Ning dan Raket Yonex berdasarkan kualitas produk sebesar 80% responden membeli raket Li-Ning dan raket Yonex karena kualitas produk berdasarkan indikator kekuatan produk yang dimana kemampuan sebuah produk untuk melakukan fungsinya, meliputi daya tahan produk, keandalan dan kemudahan dalam kerjanya.

Probabilitas raket Li-Ning

$$P (Y_1) = \frac{\sum Y_1}{\sum(Y_1 + Y_2)} = \frac{50}{50 + 50} = \frac{50}{100} = 0,50$$

Probabilitas raket Yonex

$$P (Y_2) = \frac{\sum Y_2}{\sum(Y_1 + Y_2)} = \frac{50}{50 + 50} = \frac{50}{100} = 0,50$$

Probabilitas Bersama

Li-Ning

Probabilitas karena Citra Merek :

$$P(Y_1/X_1) = \frac{\sum Y_1 \cdot X_1}{\sum Y_1} = \frac{39}{50} = 0,78$$

Probabilitas konsumen yang membeli raket Li-Ning karena citra merek sebesar 78% yang menyatakan bahwa responden membeli raket Li-Ning karena citra merek, berdasarkan indikator desain produk yang mempengaruhi daya tarik konsumen untuk membeli Raket tersebut.

Probabilitas karena Harga :

$$P(Y_1/X_2) = \frac{\sum Y_1 \cdot X_2}{\sum Y_1} = \frac{35}{50} = 0,70$$

Probabilitas konsumen yang membeli raket Li-Ning karena harga sebesar 70% yang menyatakan bahwa responden membeli raket Li-Ning karena harga, berdasarkan indikator harga yang terjangkau.

Probabilitas karena Kualitas Produk :

$$P(Y_1/X_3) = \frac{\sum Y_1 \cdot X_3}{\sum Y_1} = \frac{48}{50} = 0,96$$

Probabilitas konsumen yang membeli raket Li-Ning karena kualitas produk sebesar 96% yang menyatakan bahwa responden membeli raket Li-Ning karena kualitas produk, berdasarkan indikator kekuatan produk yang dimana kemampuan sebuah produk untuk melakukan fungsinya, meliputi daya tahan produk, keandalan dan kemudahan dalam kerjanya.

Probabilitas karena Citra Merek dan Harga :

$$P_{Y_1}(X_1/X_2) = \frac{\sum X_1 + \sum X_2}{\sum Y_1} = \frac{32}{50} = 0,64$$

Probabilitas konsumen yang membeli raket Li-Ning karena citra merek dan harga sebesar 64% yang menyatakan bahwa responden membeli raket Li-Ning karena citra merek dan harga, berdasarkan indikator desain produk dan harga yang terjangkau.

Probabilitas karena Citra Merek dan Kualitas Produk :

$$P_{Y_1}(X_1/X_3) = \frac{\sum X_1 + \sum X_3}{\sum Y_1} = \frac{42}{50} = 0,84$$

Probabilitas konsumen yang membeli raket Li-Ning karena citra merek dan kualitas produk sebesar 84% yang menyatakan bahwa responden membeli raket Li-Ning karena citra merek dan kualitas produk, berdasarkan indikator desain produk dan kekuatan produk.

Probabilitas karena Harga dan Kualitas Produk :

$$P_{Y_1}(X_2/X_3) = \frac{\sum X_2 + \sum X_3}{\sum Y_1} = \frac{36}{50} = 0,72$$

Probabilitas konsumen yang membeli raket Li-Ning karena harga dan kualitas produk sebesar 72% yang menyatakan bahwa responden membeli raket Li-Ning karena harga dan kualitas produk, berdasarkan indikator harga yang terjangkau dan kekuatan produk dalam melakukan kerjanya.

Probabilitas karena Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk :

$$P_{Y_1}(X_1/X_2/X_3) = \frac{\sum X_1 + \sum X_2 + \sum X_3}{\sum Y_1} = \frac{38}{50} = 0,76$$

Probabilitas konsumen yang membeli raket Li-Ning karena citra merek, harga dan kualitas produk sebesar 76% yang menyatakan bahwa responden membeli raket Li-Ning karena citra merek, harga dan kualitas produk, berdasarkan indikator desain produk, harga terjangkau dan kekuatan produk dalam melakukan kerjanya.

Yonex

Probabilitas karena Citra Merek: $P(Y_2/X_1) = \frac{\sum Y_2 \cdot X_1}{\sum Y_2} = \frac{37}{50} = 0,74$

Probabilitas konsumen yang membeli raket Yonex karena citra merek sebesar 74% yang menyatakan bahwa responden membeli raket Yonex karena citra merek, berdasarkan indikator desain produk.

Probabilitas karena Harga: $P(Y_2/X_2) = \frac{\sum Y_2 \cdot X_2}{\sum Y_2} = \frac{34}{50} = 0,68$

Probabilitas konsumen yang membeli raket Yonex karena harga sebesar 68% yang menyatakan bahwa responden membeli raket Yonex karena harga, berdasarkan indikator harga yang terjangkau.

Probabilitas karena Kualitas Produk: $P(Y_2/X_3) = \frac{\sum Y_2 \cdot X_3}{\sum Y_2} = \frac{32}{50} = 0,64$

Probabilitas konsumen yang membeli raket Yonex karena kualitas produk sebesar 64% yang menyatakan bahwa responden membeli raket Yonex karena kualitas produk, berdasarkan indikator kehandalan suatu produk dalam melakukan kerjanya..

Probabilitas karena Citra Merek dan Harga:

$$P_{Y_2}(X_1/X_2) = \frac{\sum X_1 + \sum X_2}{\sum Y_2} = \frac{28}{50} = 0,56$$

Probabilitas konsumen yang membeli raket Yonex karena citra merek dan harga sebesar 56% yang menyatakan bahwa responden membeli raket Yonex karena citra merek dan harga, berdasarkan indikator desain produk dan harga yang terjangkau.

Probabilitas karena Citra Merek dan Kualitas Produk:

$$P_{Y_2}(X_1/X_3) = \frac{\sum X_1 + \sum X_3}{\sum Y_2} = \frac{60}{50} = 0,60$$

Probabilitas konsumen yang membeli raket Yonex karena citra merek dan kualitas produk sebesar 60% yang menyatakan bahwa responden membeli raket Yonex karena citra merek dan kualitas produk, berdasarkan indikator desain produk dan kehandalan suatu produk dalam melakukan kerjanya.

Probabilitas karena Harga dan Kualitas Produk:

$$P_{Y_2}(X_2/X_3) = \frac{\sum X_2 + \sum X_3}{\sum Y_2} = \frac{29}{50} = 0,58$$

Probabilitas konsumen yang membeli raket Yonex karena harga dan kualitas produk sebesar 58% yang menyatakan bahwa responden membeli raket Yonex karena harga dan kualitas produk, berdasarkan indikator harga yang terjangkau dan kehandalan suatu produk dalam melakukan kerjanya.

Probabilitas karena Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk:

$$P_{Y_2} (X_1/X_2/X_3) = \frac{\sum X_1 + \sum X_2 + \sum X_3}{\sum(Y_1 + Y_2)} = \frac{25}{50} = 0,50$$

Probabilitas konsumen yang membeli raket Yonex karena citra merek, harga dan kualitas produk sebesar 50% yang menyatakan bahwa responden membeli raket Yonex karena citra merek, harga dan kualitas produk, berdasarkan indikator desain produk, harga yang terjangkau dan kehandalan suatu produk dalam melakukan kinerjanya.

Probabilitas Bersyarat

Probabilitas Li-Ning terhadap pesaing Yonex karena Citra Merek :

$$\begin{aligned} P(Y_1/X_1) &= \frac{P(Y_1/X_1) \cdot P(X_1)}{P(Y_1/X_1) \cdot P(Y_1) + P(Y_2/X_1) \cdot P(Y_2)} \\ &= \frac{(0,78)(0,76)}{(0,78)(0,50) + (0,74)(0,50)} \\ &= \frac{0,5928}{(0,390) + (0,370)} \\ &= \frac{0,5928}{0,760} \\ &= 0,780 \end{aligned}$$

Probabilitas Li-Ning terhadap pesaing Yonex berdasarkan aspek citra merek adalah sebesar 78% yang menyatakan bahwa konsumen yang membeli raket Li-Ning terhadap pesaing raket Yonex karena citra merek, berdasarkan indikator desain produk yang menarik perhatian konsumen untuk membeli raket Li-Ning maupun raket Yonex.

Probabilitas Li-Ning terhadap pesaing Yonex karena Harga :

$$\begin{aligned} P(Y_1/X_2) &= \frac{P(Y_1/X_2) \cdot P(X_2)}{P(Y_1/X_2) \cdot P(Y_1) + P(Y_2/X_2) \cdot P(Y_2)} \\ &= \frac{(0,70)(0,69)}{(0,70)(0,50) + (0,68)(0,50)} \\ &= \frac{0,4830}{(0,350) + (0,340)} \\ &= \frac{0,4830}{0,690} \\ &= 0,70 \end{aligned}$$

Probabilitas Li-Ning terhadap pesaing Yonex berdasarkan aspek harga adalah sebesar 70% yang menyatakan bahwa 70% konsumen yang membeli raket Li-Ning terhadap pesaing raket Yonex karena harga, berdasarkan indikator harga yang terjangkau.

Probabilitas Li-Ning terhadap pesaing Yonex karena Kualitas Produk :

$$\begin{aligned} P(Y_1/X_3) &= \frac{P(Y_1/X_3) \cdot P(X_3)}{P(Y_1/X_3) \cdot P(Y_1) + P(Y_2/X_3) \cdot P(Y_2)} \\ &= \frac{(0,96)(0,80)}{(0,96)(0,50) + (0,64)(0,50)} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 &= \frac{(0,7680)}{(0,480)+(0,320)} \\
 &= \frac{0,7680}{0,80} \\
 &= 0,960
 \end{aligned}$$

Probabilitas Li-Ning terhadap pesaing Yonex berdasarkan aspek kualitas produk adalah sebesar 96% yang menyatakan bahwa konsumen yang membeli raket Li-Ning terhadap pesaing raket Yonex karena kualitas produk, berdasarkan indikator kekuatan suatu produk dalam melakukan kinerjanya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis probabilitas, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah :

Probabilitas Marjinal

Probabilitas konsumen membeli raket Li-Ning dan raket Yonex berdasarkan aspek citra merek sebesar 0,76 atau 76%.

Probabilitas konsumen membeli raket Li-Ning dan raket Yonex berdasarkan aspek harga sebesar 0,69 atau 69%.

Probabilitas konsumen membeli raket Li-Ning dan raket Yonex berdasarkan aspek kualitas produk sebesar 0,80 atau 80%.

Probabilitas konsumen membeli raket Li-Ning sebesar 0,50 atau 50%.

Probabilitas konsumen membeli raket Yonex sebesar 0,50 atau 50%.

Probabilitas Bersama

Li-Ning

Probabilitas konsumen membeli raket Li-Ning berdasarkan aspek citra merek sebesar 0,78 atau 78%.

Probabilitas konsumen membeli raket Li-Ning berdasarkan aspek harga sebesar 0,70 atau 70%.

Probabilitas konsumen membeli raket Li-Ning berdasarkan aspek kualitas produk sebesar 0,96 atau 96%.

Probabilitas konsumen membeli raket Li-Ning berdasarkan aspek citra merek dan harga sebesar 0,64 atau 64%.

Probabilitas konsumen membeli raket Li-Ning berdasarkan aspek citra merek dan kualitas produk sebesar 0,84 atau 84%.

Probabilitas konsumen membeli raket Li-Ning berdasarkan aspek harga dan kualitas produk sebesar 0,72 atau 72%.

Probabilitas konsumen membeli raket Li-Ning berdasarkan aspek citra merek, harga dan kualitas produk sebesar 0,76 atau 76%.

Yonex

Probabilitas konsumen membeli raket Yonex berdasarkan aspek citra merek sebesar 0,74 atau 74%.

Probabilitas konsumen membeli raket Yonex berdasarkan aspek harga sebesar 0,68 atau 68%.

Probabilitas konsumen membeli raket Yonex berdasarkan aspek kualitas produk sebesar 0,64 atau 64%.

Probabilitas konsumen membeli raket Yonex berdasarkan aspek citra merek dan harga sebesar 0,56 atau 56%.

Probabilitas konsumen membeli raket Yonex berdasarkan aspek citra merek dan kualitas produk sebesar 0,60 atau 60%.

Probabilitas konsumen membeli raket Yonex berdasarkan aspek harga dan kualitas produk sebesar 0,58

atau 58%.

Probabilitas konsumen membeli raket Yonex berdasarkan aspek citra merek, harga dan kualitas produk sebesar 0,50 atau 50%.

Probabilitas Bersyarat

Probabilitas raket Li-Ning terhadap pesaing raket Yonex berdasarkan aspek citra merek sebesar 0,780 atau 78%.

Probabilitas raket Li-Ning terhadap pesaing raket Yonex berdasarkan aspek harga sebesar 0,70 atau 70%.

Probabilitas raket Li-Ning terhadap pesaing raket Yonex berdasarkan aspek kualitas produk sebesar 0,960 atau 96%.

Ucapan Terima Kasih

Dalam hal ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penelitian ini semoga hasil dari penelitian ini bisa bermanfaat untuk referensi penelitian selanjutnya, selain itu peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada reviewer yang dapat meluangkan waktunya untuk memberikan masukan kepada peneliti untuk kelayakan dalam naskah ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. 1996. *Probabilitas Dalam Pengambilan Keputusan Bisnis*. Edisi 1. Yogyakarta: BPFE
- Awaludin, Imam dan Emi Maimunah. 2016. *Pengantar Statistika Ekonomi*, Lampung: AURA.
- Budiono dan Wayan Koster. 2004. *Teori dan Aplikasi Statistika dan Probabilitas*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hayter, Anthony J. 2012. *Probability Statistic for Engineers and Scientists*. 4th edition, Cengage Learning, Chapter 22.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketing*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing New*, Publishing as Prentice Hall.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2020. *Pemasaran*. Yogyakarta. CV. ANDI
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. ANDI.