

BAB I

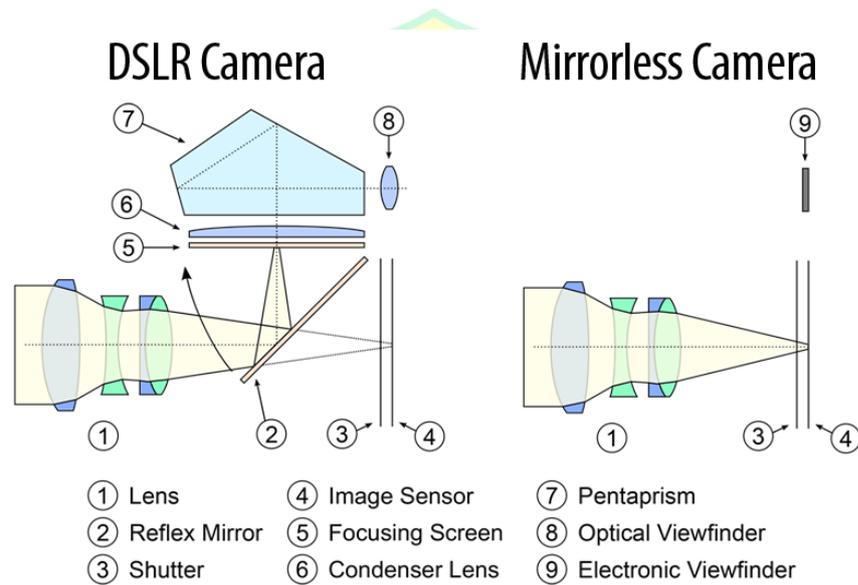
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di industri kamera saat ini sudah semakin canggih. Dahulu kamera masih memerlukan pengaturan secara manual dimana kamera tersebut membutuhkan film untuk menangkap gambar atau bayangan dan untuk menghasilkan sebuah foto harus melalui tahapan atau proses yang tidak semua orang bisa melakukannya dikarenakan menggunakan bahan kimia yang berbentuk cairan dan memerlukan keahlian khusus. Sedangkan pada jaman sekarang ini, kita dapat menghasilkan foto dengan lebih mudah karena sudah dalam bentuk *digital* dan dapat secara langsung dipindahkan ke dalam telepon genggam dengan menggunakan sinyal nirkabel.

Selain itu, perkembangan teknologi yang semakin canggih ini membuat produsen kamera mampu menawarkan kamera digital yang berukuran lebih kecil dan lebih ringan daripada kamera yang biasa digunakan yaitu berjenis *digital single lens reflex* (DSLR), kamera digital yang memiliki ukuran lebih kecil dan lebih ringan ini ialah *mirrorless interchangeable lens cameras* (MILCs) atau biasa disebut kamera *mirrorless*. Perbedaan dari kamera DSLR dengan *mirrorless* dijelaskan oleh Mansurov (2018), selain ukuran yang lebih kecil dan lebih ringan yaitu *mirrorless* tidak memiliki *reflex mirror* dan celah untuk mengintip gambar atau biasa disebut *viewfinder* yang terdapat pada kamera *mirrorless* bersifat elektronik,

tidak seperti *optical viewfinder* yang digunakan pada DSLR seperti yang diilustrasikan pada Gambar 1.1 di bawah ini.



Gambar 1.1 Ilustrasi perbedaan antara kamera DSLR dan mirrorless
 (<https://photographylife.com/what-is-a-mirrorless-camera/>)

Penjelasan yang dilakukan oleh Mansurov (2018) didukung Yoon (2014) dalam penelitiannya mengenai perbandingan antara kamera DSLR dan *mirrorless* seperti pada Tabel 1.1 di bawah ini.

Tabel 1.1
Perbandingan antara Kamera DLSR dan Mirrorless

Mirrorless	DSLR
Ukurannya ringkas	Ukurannya besar
Bebannya ringan	Bebannya berat
Tanpa cermin & desain sederhana	Menggunakan cermin dan desain yang rumit
Jendela bidik elektrik	Jendela bidik optik

Munculnya jenis kamera baru seperti *mirrorless interchangeable lens cameras* (MILCs) mampu mempengaruhi permintaan pasar akan kamera DSLR. Terbukti dengan perbandingan jumlah kamera DSLR yang ada di pasar global dari Tahun 2012 – 2017 berdasarkan data statistik dari CIPA (Camera & Imaging Products Association) yang cenderung menurun setiap tahunnya seperti pada Gambar 1.2 di bawah ini.



Gambar 1.2 Perbandingan jumlah unit kamera DSLR di market global
(<https://photographylife.com/news/camera-market-tracking-for-increases-in-2017>)

Tabel 1.2
Top Brand Index Kategori Kamera Digital di Indonesia

Merek	Top Brand Index (%)				
	2014	2015	2016	2017	2018
Canon	38,6	42,4	45,2	44	41,3
Sony	28,7	18,5	27,9	27,4	14,9
Nikon	6,9	9,3	8,6	7,8	7,1

Sumber : www.topbrand-award.com, 2018

Masing-masing produsen kamera seperti Canon, Nikon, Sony, dan lainnya berlomba-lomba meluncurkan produk terbaru mereka yang menawarkan performa yang lebih baik dari versi sebelumnya, hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan citra merek dan kualitas produk untuk memberikan kepuasan kepada para pelanggannya dan diharapkan menjadi pelangganyang loyal. Menurut Dwiastuti (2012:168) loyalitas pelanggan ialah pelanggan yang merasakan kepuasan saat membeli produk atau menggunakan jasa dan akan melakukan pembelian ulang (*repeat order*) terhadap produk atau jasa, serta merekomendasikannya. Seperti yang telah dijelaskan, loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya ialah kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan yang telah membeli dan mencoba kamera muncul karena terpenuhinya harapan mereka terhadap produk kamera digital yang mereka beli. Hal ini dijelaskan oleh Kotler (dalam Lenzun, 2014) yang berpendapat bahwa kepuasan merupakan perasaan seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka. Tingkat kepuasan pengguna terhadap suatu barang akan memberikan cerminan keberhasilan produsen dalam memproduksi suatu produk, begitu pula sebaliknya apa bila suatu produk akan mencerminkan kegagalan produsen apabila produk tersebut tidak dapat memberikan kepuasan kepada pengguna.

Produk yang berkualitas akan mempengaruhi kepuasan pengguna dan juga loyalitas pengguna. Kualitas produk didefinisikan oleh Kotler (dalam Gaol, 2016) merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan

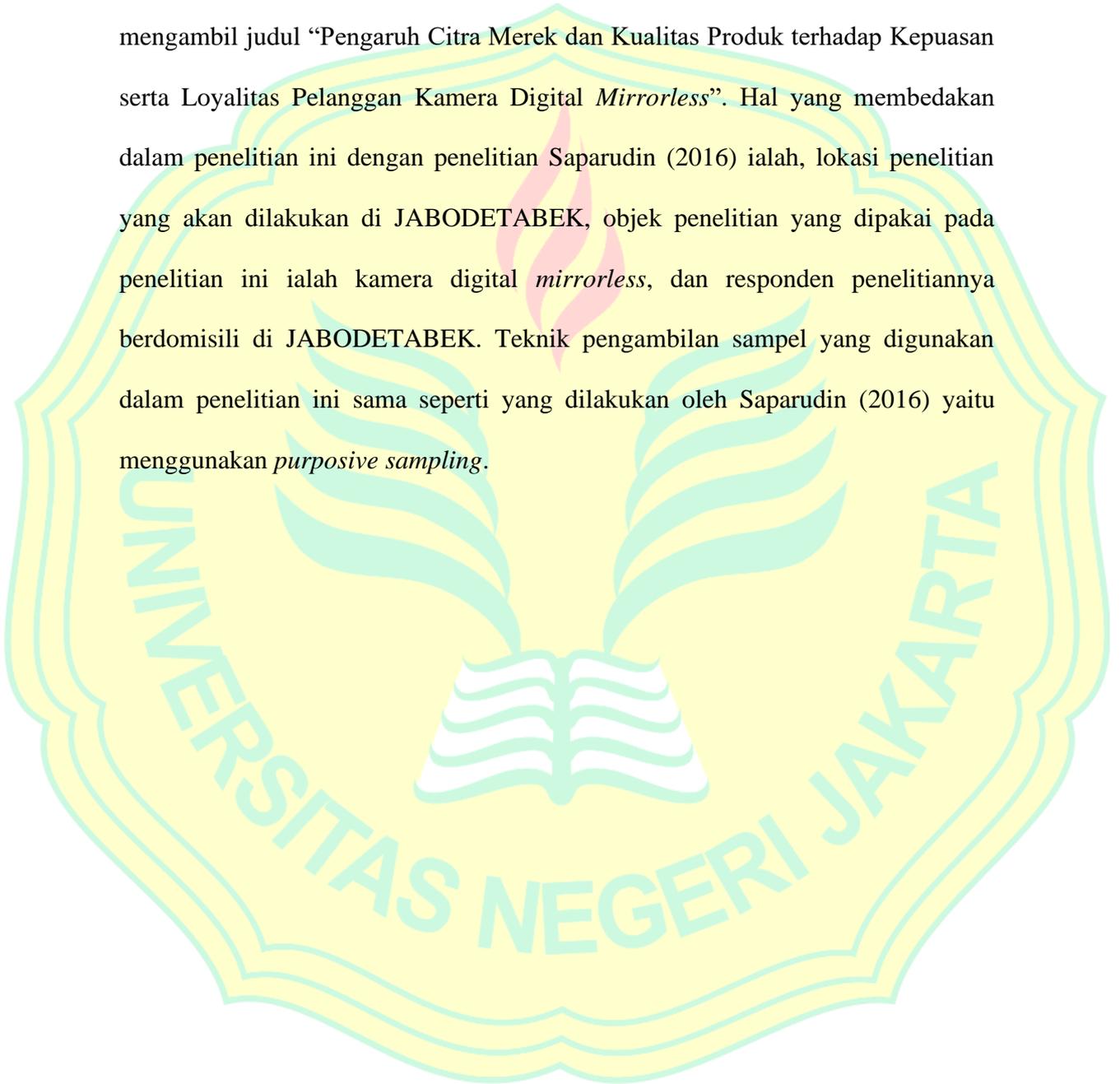
reparasi produk juga atribut produk lainnya. Produsen yang mampu menciptakan produk yang memiliki kualitas yang baik akan memberikan persepsi atau citra terhadap merek yang akan tertanam di benak pengguna. Tidak bisa dipungkiri, walaupun MILCs merupakan jenis kamera baru, namun masih ada yang memilih untuk menggunakan kamera DSLRs.

Citra merek menurut Surachman (dalam Rimiwati, 2014), merupakan bagian dari merek yang dapat dikenali namun tidak dapat diucapkan, seperti lambang, desain, huruf atau warna khusus, atau persepsi pelanggan atas sebuah produk atau jasa yang diwakili oleh mereknya

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang serupa dengan topik ini pernah dilakukan oleh Saparudin (2016) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan Kamera Canon *Digital Single Lens Reflex (DSLR)*”. Dalam penelitian tersebut, yang menjadi responden ialah anggota dari *Pontianak Photographer Community (PPC)* yang memiliki kamera digital DSLR merek Canon. Dalam penelitian tersebut, sampel pada penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan anggota komunitas tersebut dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, lalu data yang didapat dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan *path analysis*. Penelitian lainnya dilakukan oleh Budiastri (2016), yang meneliti mengenai pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada Semen Hocim di Jakarta. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden yang berdomisili di Jakarta.

Pengambilan datanya menggunakan kuisioner dan dianalisis menggunakan SPSS versi 20.

Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk meneliti hal tersebut sehingga peneliti mengambil judul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan Kamera Digital *Mirrorless*”. Hal yang membedakan dalam penelitian ini dengan penelitian Saparudin (2016) ialah, lokasi penelitian yang akan dilakukan di JABODETABEK, objek penelitian yang dipakai pada penelitian ini ialah kamera digital *mirrorless*, dan responden penelitiannya berdomisili di JABODETABEK. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sama seperti yang dilakukan oleh Saparudin (2016) yaitu menggunakan *purposive sampling*.



1.2 Rumusan Masalah

Berkaitan dengan hal tersebut timbul pertanyaan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

- a) Apakah citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna kamera digital *mirrorless*?
- b) Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna kamera digital *mirrorless*?
- c) Apakah kepuasan pengguna berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna kamera digital *mirrorless*?
- d) Apakah citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna kamera digital *mirrorless*?
- e) Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna kamera digital *mirrorless*?
- f) Apakah citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna dimediasi oleh kepuasan pengguna kamera digital *mirrorless*?
- g) Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna dimediasi oleh kepuasan pengguna kamera digital *mirrorless*?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna dan loyalitas pengguna. Tujuan penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

- a) Menganalisa pengaruh citra merek terhadap kepuasan pengguna kamera digital *mirrorless*
- b) Menganalisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pengguna kamera digital *mirrorless*

- c) Menganalisa pengaruh kepuasan pengguna terhadap loyalitas pengguna kamera digital *mirrorless*
- d) Menganalisa pengaruh citra merek terhadap loyalitas pengguna kamera digital *mirrorless*
- e) Menganalisa pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pengguna kamera digital *mirrorless*
- f) Menganalisa pengaruh citra merek terhadap loyalitas pengguna dengan mediasi kepuasan pengguna kamera digital *mirrorless*
- g) Menganalisa pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pengguna dengan mediasi kepuasan pengguna kamera digital *mirrorless*

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait sebagai berikut ini

- 1) Penelitian ini dapat memberi masukan yang berkaitan dengan citra merek, kualitas produk, kepuasan pengguna, dan loyalitas pengguna
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi informasi dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna produk kamera digital