

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perubahan jaman membuat orang-orang semakin kreatif untuk mengembangkan pikirannya. Salah satu perubahan yang sangat terlihat adalah teknologi yang saat ini semakin modern dan serba digital. Teknologi digital adalah teknologi dilihat dari pengoperasionalnya tidak lagi banyak menggunakan tenaga manusia tetapi lebih cenderung pada sistem pengoprasian yang serba otomatis dan canggih dengan sistem komputeralisasi atau format yang dapat dibaca oleh komputer (Just another Wordpress.com weblog, 2 Maret 2009). Segala hal yang berhubungan dengan digital selalu menyajikan kemudahan bagi penggunanya.

Salah satu teknologi yang mengalami perubahan adalah kamera, yang awal mulanya menggunakan teknologi analog menjadi digital. Batasan-batasan yang sebelumnya seakan dapat ditembus dengan luar biasa. Imajinasi seakan mudah untuk diwujudkan dalam sebuah karya fotografi. Teknologi digital membuat para Fotografer tidak perlu kahwatir lagi jika terjadi kesalahan dalam hasil fotonya. Fotografer tidak perlu membuang film dan mengisi ulang film untuk menghasilkan karya terbaiknya. Dengan kecanggihan dunia Fotografi sekarang Fotografer dapat mengoreksi langsung hasil fotonya dan dapat memperbaikinya jika hasilnya kurang

Dengan perkembangan teknologi digital pada kamera membuat masyarakat semakin tertarik terhadap dunia fotografi, terutama untuk jenis kamera DSLR (*Digital Single Lens Reflek*). Semua orang ingin mengabadikan momen mereka sehingga kelak dapat menjadi bukti kenangan. Fenomena ini membuat beberapa tahun belakangan ini fotografi menjadi trend dikalangan remaja. Mereka berbondong-bondong membeli kamera DSLR merupakan kamera profesional yang menggunakan sensor digital berkualitas dengan ketajaman gambar yang tinggi. Kamera DSLR mempunyai kemampuan untuk menangkap gambar dengan lebih baik dibanding kamera saku. Bentuknya yang besar dari pada kamera saku membuatnya tampak lebih elegan sehingga membuat pemiliknya merasa lebih percaya diri saat membawa dan menggunakannya. Usia remaja dan dewasa awal adalah usia dimana mereka ingin menjelajahi berbagai macam hal, memiliki jiwa petualang yang tinggi dan masa bersenang-senang bersama teman. Hal ini tidak mengherankan jika kamera DSLR sangat cepat menjamur di kalangan usia remaja dan dewasa awal.

Banyaknya peminat kamera DSLR (*Digital Single Lens Reflek*) membuat merek-merek baru kamera bermunculan dan menciptakan persaingan pasar yang sangat ketat. Hal ini menuntut produsen kamera DSLR untuk lebih inovatif menciptakan kamera yang canggih demi memenangkan persaingan pasar yang sangat ketat. Dari berbagai macam merek kamera DSLR merek-merek yang paling bersaing seperti Canon,

Nikon dan Sony. Numun dari ketiga merek-merek tersebut merek Canon yang paling unggul pangsa pasarnya. Di Indonesia, perusahaan Canon mengklaim menguasai sekitar 60 persen pasar kamera DSLR (Kompas, 5 juni 2014) yang selanjutnya di susul oleh Nikon dan Sony.

Mewabahnya trend kamera DSLR telah menyumbangkan banyak keuntungan bagi perusahaan Canon yang telah menguasai pasar selama beberapa tahun ini. Meningkatnya konsumen kamera DSLR Canon tentunya dikarenakan oleh keputusan pembelian konsumen yang meningkat. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor psikologis terutama faktor motivasi, persepsi dan sikap konsumen (Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, 2007). Faktor-faktor ini sangat penting untuk dipelajari oleh pemasar karena berhubungan langsung dengan konsumen yang merupakan hal paling mendasar dalam pengambilan keputusan pembelian. Dengan adanya fenomena-fenomena ini maka akan dilakukan penelitian mengenai keterkaitan antara beberapa faktor psikologis ini dengan keputusan pembelian konsumen terhadap merek kamera DSLR Canon. Penelitian ini memiliki 3 variabel bebas yaitu motivasi, persepsi, sikap dikarenakan teori dari ketiga variabel ini mudah ditemukan dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat. Penelitian ini merupakan jenis penelitian Replikasi Ekstensi dari penelitian-penelitian yang sudah ada sebelumnya.

Dalam penelitian-penelitian sebelumnya variabel motivasi, persepsi dan sikap konsumen memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada

obyek yang berbeda. Dalam penelitian Muhammad Wahyu Zain didapatkan hasil bahwa faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian kamera DSLR Canon. Untuk memperjelas pengaruh variabel-variabel tersebut maka akan dilakukan penelitian yang melibatkan konsumen kamera DSLR Canon. Lokasi penelitian ini bertempat di Yogyakarta, dikarenakan Yogyakarta merupakan salah satu kota yang memiliki jumlah pendatang yang besar khususnya untuk mahasiswa dan pelajar. Dengan banyaknya jumlah pelajar dan mahasiswa membuat kota ini mudah untuk menerima trend-trend yang sedang berkembang, termasuk trend kamera DSLR sehingga dapat mempermudah penelitian ini untuk mendapatkan responden. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu calon konsumen kamera DSLR maupun pihak manajemen Canon.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas maka dapat disampaikan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah motivasi, persepsi, dan sikap konsumen secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kamera DSLR merek Canon di Yogyakarta ?
2. Apakah motivasi konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian kamera DSLR merek Canon di Yogyakarta ?

3. Apakah persepsi berpengaruh terhadap keputusan pembelian kamera DSLR merek Canon di Yogyakarta ?
4. Apakah sikap konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian kamera DSLR merek Canon di Yogyakarta ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas maka dapat disampaikan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menjelaskan pengaruh motivasi, persepsi, dan sikap konsumen secara simultan terhadap keputusan pembelian kamera DSLR merek Canon di Yogyakarta ?
2. Untuk menguji dan menjelaskan pengaruh motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian kamera DSLR merek Canon di Yogyakarta.
3. Untuk menguji dan menjelaskan pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian kamera DSLR merek Canon di Yogyakarta.
4. Untuk menguji dan menjelaskan pengaruh sikap konsumen terhadap keputusan pembelian kamera DSLR merek Canon di Yogyakarta.

- a. Sebagai bahan pembahasan dalam rangka menambah pengetahuan yang nantinya akan membantu pada proses pembuatan skripsi atau karya ilmiah lainnya.
- b. Menambah wawasan pembaca mengenai hubungan motivasi, persepsi, dan sikap konsumen terhadap pembelian kamera DSLR merek Canon.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak manajemen kamera DSLR merek Canon terutama di bagian pemasaran sebagai dasar untuk pertimbangan dalam penjualannya kepada konsumen.
- b. Sebagai bahan pertimbangan konsumen dalam pembelian kamera