

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN

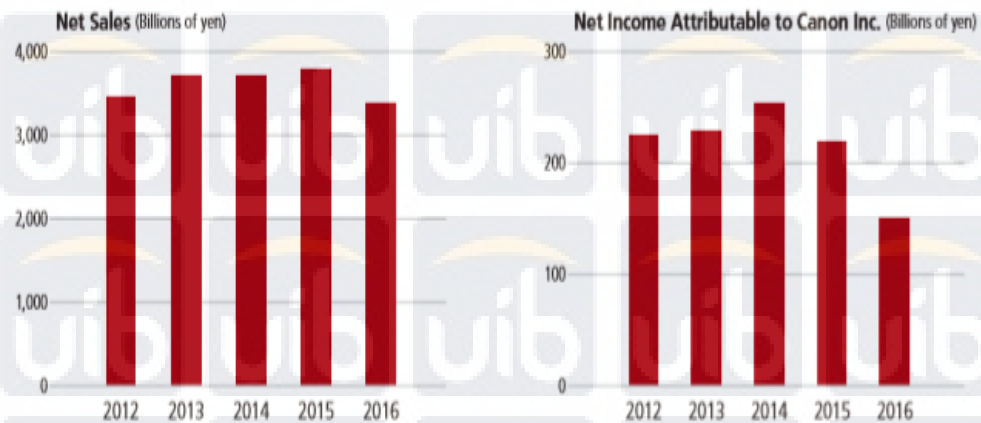
Saat ini kebutuhan kamera tidak hanya terbatas untuk pelengkap liburan saja. Kamera telah menjadi suatu kebutuhan penting untuk merekam berbagai aktifitas. Oleh sebab itu maka tidak mengherankan jika bisnis kamera berkembang pesat dari waktu ke waktu. Pada zaman sekarang ini salah satu teknologi kamera yang sedang diminati adalah kamera *Mirrorless* dan Digital Single Lens Reflex (DSLR). Kamera DSLR dan kamera *Mirrorless* merupakan kamera yang saat ini banyak digunakan di kalangan umum dan professional dalam bidang multimedia.

Sejarah perkembangan kamera *Mirrorless* diawali dari perusahaan Canon yang meluncurkan kamera seri EOS M pada tahun 2012. Kamera *Mirrorless* mempunyai kesamaan dengan kamera DSLR yaitu dari segi penggantian lensa dan hasil gambar. Perbedaan kedua kamera tersebut terletak pada penggunaan kaca didalam optik. Kamera *Mirrorless* tidak menggunakan kaca didalam optik *finder* seperti kamera DSLR sehingga penangkapan *shutter* pada kamera *Mirrorless* lebih cepat dibandingkan kamera DSLR. Selain itu perbedaan ada dari segi bentuk dan berat, kamera *mirrorless* lebih ringan dan lebih kecil dibandingkan dengan kamera DSLR. (Yusuf, 2016)

Selama ini pasar kamera didominasi oleh dua perusahaan besar yaitu Canon dan Nikon, namun seiring bertambahnya jumlah peminat kamera *Mirrorless* dan DSLR maka perusahaan lain seperti Fuji film dan Sony turut

andilberusaha untuk merasakan manisnya pasar kamera *Mirrorless* dan DSLR. Masuknya perusahaan lain maka memberikan dampak bagi pemain utama.

Canon mencatat dalam 5 tahun terakhir penjualan kamera *Mirrorless* dan DSLR tidak mengalami peningkatan.



Sumber : *Canon annual report 2016*

Hasil laporan Badan Pusat Statistik (BPS) dan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) menjelaskan bahwa terjadi pertumbuhan Product Domestic Bruto (PDB) dalam bidang ekonomi kreatif pada tahun 2015 sebesar 4,38%. Hal ini ditunjukkan bahwa PDB ekonomi kreatif (Ekraf) pada tahun 2014 sebesar Rp 784,82 triliun meningkat menjadi Rp 852,24 triliun pada tahun 2015, sehingga ekonomi kreatif memberikan kontribusi sebesar 7,38% dari total ekonomi nasional. Salah satu Ekraf subsektor yang memberikan kontribusi adalah di bidang fotografi. (Data Statistik Ekraf, 2017)

Lebih lanjut hasil laporan BPS dan Bekraf menjelaskan bahwa Kepulauan Riau (Kepri) menjadi urutan enam besar daerah yang menghasilkan produk/jasa ekraf yang di ekspor ke luar negeri yaitu senilai USD 0,366 Miliar. Batam

merupakan salah satu kota penting di Kepri yang menunjukkan pertumbuhan bisnis fotografi. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya jumlah komunitas fotografi dan bisnis *photo studio* di kota Batam. Semakin bertumbuhnya industri fotografi di Batam maka akan mendorong pertumbuhan penjualan kamera di kota Batam.

Namun sayangnya walaupun Batam merupakan pasar yang cukup potensial bagi pemasaran produk kamera *Mirrorless* dan DSLR, akan tetapi nyatanya tidak banyak penelitian yang mengambil tema tentang kamera *Mirrorless* dan DSLR di kota Batam. Padahal data dan informasi dari hasil penelitian akan sangat membantu bagi perusahaan dan distributor kamera *Mirrorless* dan DSLR untuk mengambil keputusan strategis mengenai pemasaran produknya. Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis memutuskan untuk melaksanakan penelitian tentang **“Faktor-faktor yang mempengaruhi *Purchase Intention* pada kamera *Mirrorless* dan DSLR di Kota Batam.**

## **1.2 Permasalahan Penelitian.**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah estetis berpengaruh terhadap keputusan pembelian
- b. Apakah emotional berpengaruh terhadap keputusan pembelian
- c. Apakah fungsi berpengaruh terhadap keputusan pembelian
- d. Apakah sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui hubungan nilai estetis pada keputusan pembelian
- b. Untuk mengetahui hubungan nilai emotional pada keputusan pembelian
- c. Untuk mengetahui hubungan nilai fungsi pada keputusan pembelian
- d. Untuk mengetahui hubungan nilai sosial pada keputusan pembelian

### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini ialah:

- a. Akademisi

Dengan adanya penelitian ini diharap dapat menjadi referensi kepada peneliti-peneliti selanjutnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *purchase intention* dalam membeli suatu benda.

- b. Masyarakat, khususnya masyarakat Indonesia.

Apabila memasuki dunia fotografi, perlu diperhatikan pada pemilihan fasilitas yang menunjang fotografi, yaitu lensa dan kamera. Pemilihan lensa dan kamera didasarkan atas keseimbangan antara harga dan kualitas yang diberikan.

- c. Perusahaan dan distributor kamera.

Hasil penelitian dapat digunakan untuk membantu dalam pengambilan keputusan strategis mengenai pemasaran produk.

## **1.5 Sistematika Pembahasan**

Agar mempermudah pemahaman isi pada penelitian ini maka penulis menjabarkan bab secara keseluruhan yang akan terbagi dalam 5 (lima) bab, yaitu :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, permasalahan penelitian, manfaat, tujuan penelitian dan sistematika pembahasan

### **BAB II : KERANGKA TEORETIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS**

Pada bab ke-2 menguraikan tentang konsep konsep dalam teori, dan hasil pada penelitian yang sudah pernah dilakukan, seperti tujuan model, model penelitian serta hipotesis

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini mengenai perancangan penelitian, definisi operasional variabel, objek penelitian,, teknik pengumpulan serta metode analisis data

### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menguraikan mengenai hasil analisa dan analisis terhadap data yang disebarkan serta pembahasan pada hasil pengumpulan data

### **BAB V : KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN REKOMENDASI**

Pada bab ini mengenai kesimpulan dari hasil analisis pembahasan, keterbatasan dalam penelitian serta rekomendasi yang sebagai hasil

dari penelitian yang telah dilakukan sehingga dapat berguna bagi  
berbagai pihak



