

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Persepsi Konsumen

Persepsi adalah suatu proses dimana individu mengorganisasikan dan menginterpretasikan kesan sensorik mereka untuk memberi arti pada lingkungan mereka. Apabila seseorang sudah memiliki motivasi, maka orang tersebut sudah siap untuk bertindak. Tindakan yang diambil ini akan dipengaruhi oleh persepsi pada situasi yang dihadapinya. Dua orang dengan motivasi dan tujuan yang sama mungkin bertindak secara berbeda karena mereka berada dalam situasi yang berbeda (Stephen Robbin, 2003:88).

Persepsi seseorang terhadap sesuatu objek tidak berdiri sendiri akan tetapi dipengaruhi oleh beberapa faktor baik dari dalam maupun dari luar dirinya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi menurut Stephen Robins (2003 : 255) adalah :

1. Pelaku Persepsi

Cara pandang individu dalam mencobamenafsirkan dan dipengaruhi oleh karakteristik pribadi dari pelaku individu.

2. Target Atau Objek

Karakteristik-karakteristik dari target yang akan diawali dapat mempengaruhi apayang dipersepsikan.

3. Situasi

Unsur-unsur lingkungan mempengaruhi persepsi seseorang unsur-unsur itu misalnya tempat, waktu, cahaya, panas, atau setiap jumlah faktor situasional.

B. Merek

1. Pengertian Merek

Asosiasi Pemasaran Amerika dalam Kotler dan Keller (2007:332), mendefinisikan merek (*brand*) sebagai “nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasi dari semua barangnya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa penjual atau kelompok penjual dan untuk mengidentifikasinya dari barang atau jasa pesaing.” Dengan demikian, sebuah merek adalah produk atau jasa lain yang dirancang untuk memuaskan kebutuhan yang sama.

Merek juga mengandung janji penjual untuk menyampaikan kumpulan *feature*, manfaat, dan jasa tertentu secara konsisten pada pembeli. Merek terbaik menjadi jaminan kualitas. Merek memiliki enam tingkat pengertian, yaitu (Rangkuti, 2009):

a. Atribut

Atribut perlu dikelola dan diciptakan agar pelanggan dapat mengetahui dengan pasti atribut–atribut apa saja yang terkandung dalam suatu merek. Macam-macam atribut antara lain kualitas, gengsi, nilai jual kembali, desain, dan lain-lain.

b. Manfaat

Merek juga memiliki serangkaian manfaat. Konsumen tidak membeli atribut, mereka membeli manfaat. Atribut-atribut yang dapat diingat fungsional maupun emosional yang dapat langsung dirasakan oleh konsumen.

c. Nilai

Merek menyatakan sesuatu tentang nilai yang dimiliki oleh produsen. Merek yang memiliki nilai tinggi akan dihargai oleh konsumen sebagai merek yang berkelas, sehingga dapat mencerminkan siapa pengguna merek tersebut.

d. Budaya

Merek juga mewakili budaya tertentu. Misalnya Mercedes mewakili budaya Jerman yang terorganisasi dengan baik, memiliki cara kerja yang efisien, dan selalu menghasilkan produk yang berkualitas tinggi.

2. Peran dan Kegunaan Merek

Merek memiliki peran yang sangat penting bagi konsumen maupun produsen. Dari sisi konsumen, merek mempermudah pembelian. Bila tidak ada merek, konsumen harus mengevaluasi semua produk yang tidak juga membantu meyakinkan konsumen bahwa mereka akan mendapatkan kualitas yang konsisten ketika mereka membeli produk yang digunakan. Dari sisi produsen, merek dapat dipromosikan. Merek dapat dengan mudah diketahui ketika diperlihatkan atau ditempatkan dalam suatu pameran. Selain itu, merek dapat dipakai untuk mengurangi perbandingan

harga, karena merek adalah salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan dalam membandingkan produk-produk sejenis yang berbeda (Rangkuti, 2009:5).

Merek memegang peranan sangat penting salah satunya adalah menjembatani harapan konsumen pada saat kita menjadikan sesuatu harapan kepada konsumen. Dengan demikian dapat diketahui adanya ikatan emosional yang tercipta antara konsumen dengan perusahaan penghasil produk melalui merek. Pesaing bisa saja menawarkan produk yang mirip, tapi mereka tidak mungkin menawarkan janji emosional yang sama (Durianto dkk, 2004).

C. Kamera DSLR

1. Pengertian Kamera DSLR

Menurut Wikipedia Kamera Digital Single Lens Reflex (Digital SLR atau DSLR) adalah kamera digital yang menggunakan sistem cermin otomatis dan pentaprisma atau pentamirror untuk meneruskan cahaya dari lensa menuju ke viewfinder. Sederhananya, viewfinder adalah sebuah lubang kecil yang letaknya berada di belakang kamera tempat untuk mengintip objek yang hendak di foto. DSLR memiliki komponen-komponen yang menyusunnya. Sebut saja lensa, shutter, cermin pantul (reflex mirror), layar focusing, sensor, pentaprisma, dan lensa condenser, serta viewfinder.

2. Fungsi Kamera DSLR

Kamera DSLR adalah jenis kamera digital canggih yang mampu menghasilkan gambar dengan kualitas tinggi, disertai performa dan kendali kinerja manual. Pertimbangan fungsi kamera digital untuk kebutuhan fotografi saat ini lebih unggul karena hasilnya bisa digunakan untuk kebutuhan jangka panjang. Dibandingkan dengan penggunaan kamera analog yang masih memanfaatkan roll film, hasil foto dari kamera digital memang lebih menjanjikan.

Kamera DSLR dapat memudahkan pengguna dalam melakukan post-processing dengan mudah yaitu hanya dengan memindahkan data digital dari kamera. Sedikit mundur ke masa penggunaan kamera analog, pemrosesan foto bisa dilakukan melalui proses pencucian film secara manual. Jika diperhitungkan dari segi efektivitas, hal ini tentu akan lebih memakan waktu. Belum lagi jika dihitung dari segi efisiensi biaya, pemrosesan foto digital akan relatif lebih murah dibandingkan dengan pemrosesan film dari kamera analog.

3. Bagian- Bagian Kamera DSLR

Setiap perangkat, terutama perangkat elektronik pastinya memiliki part atau bagian yang akan membentuk sistem kerja sesuai dengan yang diinginkan. Begitu juga dengan kamera DSLR. Bagian – bagian dari kamera DSLR adalah sebagai berikut :

a. Lensa

Lensa kamera adalah suatu alat berbentuk seperti kaca bening yang berfungsi untuk memfokuskan cahaya yang datang dari luar kamera

sehingga mampu membakar medium penangkap (film). Lensa merupakan salah satu bagian vital pada sebuah kamera, yang terdiri dari beberapa lensa yang berjauhan dan bisa diatur sehingga menghasilkan ukuran tangkapan gambar dan variasi fokus yang berbeda. Contohnya kita bisa memperbesar objek yang keberadaannya jauh dari kita.

b. Reflex Mirror (Cemin Pantul)

Komponen ini berfungsi memantulkan cahaya yang masuk dari lensa utama, kemudian dipantulkan ke atas oleh reflex mirror ini dan mengenai pentaprism.

c. Shutter Speed

Shutter Speed atau kecepatan rana artinya penutup (to shut = menutup). Pada waktu kita menekan tombol untuk memotret, terjadi pembukaan lensa sehingga cahaya yang masuk dan mengenai film. Fungsinya shutter ini adalah membuka dan kemudian menutup lagi. Sedangkan shutter speed adalah kecepatan shutter untuk membuka dan menutup kembali.

d. Sensor

Sensor adalah rangkaian yang peka terhadap cahaya, tempat dimana gambar atau foto dibentuk dan dirubah menjadi sinyal data. Sensor pada kamera yang mungkin sering kita dengar salah satunya adalah CMOS.

e. Lensa Condenser

Lensa ini memiliki fungsi untuk melihat benda yang sangat kecil dari sebuah objek.

f. Pentaprism

Pentaprism atau dikenal juga dengan cermin segi lima. Pentaprism berfungsi memantulkan cahaya beberapa kali hingga menyentuh viewfinder (pembidik).

g. Viewfinder

Viewfinder atau jendela bidik adalah jendela kecil pada kamera yang berfungsi untuk melihat objek yang akan kita ambil. Objek yang tampak pada viewfinder sesuai dengan kenyataan dan hasil yang ada di viewfinder pula yang akan dicetak di film.

D. Merek Kamera DSLR

Berikut ini dua merk kamera yang sering digunakan baik untuk pemula hingga professional:

a. Canon

Kamera dengan merk ini memang sudah meraja di dunia. Khususnya dalam merk camera digital terbaik. Canon merupakan perusahaan dari Jepang yang bergerak di bidang barang elektronik. Dulu, Canon ini hanya dijadikan riset penelitian untuk membuat sebuah kamera untuk bisa menghasilkan suatu gambar. Hingga pada akhirnya, penelitian tersebut dikembangkan dan hasilnya bisa tampak sangat luar biasa seperti sekarang. Saat ini, Canon sudah merajai pasar kamera di

dunia. Model kamera yang dikuasai oleh Canon adalah DSLR dan SLR dengan harga yang bervariasi. Sebagai Negara yang dielu-elukan sebagai Negara maju di bidang teknologi, Jepang benar-benar membuktikannya dengan prestasi tinggi dalam hal kamera ini.

Canon telah memproduksi kamera digital sejak tahun 1984, dimulai dengan RC-701. Seri RC diikuti oleh PowerShot dan IXUS seri dari kamera digital. Canon juga mengembangkan seri EOS (Electro-Optical System) dari kamera digital single-lens reflex (DSLR) yang mencakup model profesional high-end. Di tahun 2010 Canon memiliki market share 41% untuk pasar DSLR, terpaut cukup jauh dengan Nikon yang hanya 35%. Perlu diketahui juga bahwa penamaan kamera Canon tergantung pada daerah pemasarannya. Misalnya di Amerika disebut Rebel T5i, di Eropa disebut 700d namun di Jepang Kiss X7i, meskipun semuanya masih satu tipe dan satu produk. Baru-baru ini, Canon memperkenalkan thermal transition copying sebagai bagian dari proses manufaktur untuk semua kameranya yang menyelesaikan masalah umum yang dialami saat menggunakan kamera SLR dalam kondisi tertentu.

b. Nikon

Kamera DSLR yang menempati nomor urut kedua untuk merk kamera terbaik di dunia adalah Nikon. Nikon juga merupakan perusahaan Jepang yang lebih menaruh fokus pada urusan optik dan gambar. Barang-barang yang diproduksi oleh perusahaan ini antara

lain kamera, mikroskop, dan teropong. Dalam teknologi kamera, Nikon termasuk merk kamera yang paling konservatif, hingga lekat dengan julukan kamera fotografer. Namun, ciri khasnya dapat tampak dari lensa-lensa yang digunakannya. Kamera merk ini masih memungkinkan untuk menggunakan lensa-lensa tua di zaman negatif film untuk kamera modern. Hal di atas adalah pembeda yang cukup signifikan antara Nikon dengan pesaing beratnya, Canon, yang sudah menggunakan lensa dengan jenis baru sejak era fotografi digital muncul pertama kali. Kamera yang tidak dapat diragukan lagi kualitasnya ini banyak sekali digunakan oleh fotografer profesional. Berkebalikan dengan Canon, penamaan sistem kamera Nikon menggunakan huruf “D” yang berarti “digital” di bagian depan sebelum angka. Kamera DSLR Nikon juga dapat dibedakan dengan melihat tanda merah dibagian handgrip-nya. Untuk kamera digital sebagai produk andalannya yang terbaru, Nikon mengeluarkan seri baru D850 yang memiliki resolusi dan kecepatan yang sangat tinggi..

E. Komunitas

1. Pengertian Komunitas

Komunitas adalah suatu kelompok sosial di suatu masyarakat yang terdiri dari beberapa individu yang saling berinteraksi di lingkungan tertentu dan umumnya memiliki suatu ketertarikan dan habitat yang sama. Ada juga yang menyebutkan bahwa arti komunitas adalah suatu kelompok di dalam masyarakat, dimana para anggotanya ini memiliki kesamaan

kriteria sosial sebagai ciri khas. Misalnya pada kesamaan minat, kesamaan profesi, kesamaan agama, kesamaan tempat tinggal, dan lain-lain. Suatu komunitas ini terbentuk karena adanya keinginan dari para anggotanya untuk mencapai tujuan tertentu yang telah disepakati bersama. Selain itu, suatu komunitas juga bertujuan untuk saling memberikan bantuan sesama anggotanya sehingga dapat berkembang bersama-sama.

2. Jenis-Jenis Komunitas

Secara umum, komunitas ini dapat dikelompokkan ke dalam 3 jenis. Adapun beberapa jenis komunitas adalah sebagai berikut ini:

a. Komunitas Berdasarkan Minat

Komunitas berdasarkan minat adalah suatu jenis komunitas yang terbentuk karena adanya kesamaan minat atau ketertarikan para anggotanya. Biasanya komunitas yang terbentuk ini berdasarkan minat jumlahnya anggotanya akan besar karena komunitas tersebut dapat mendukung minat atau hobi mereka.

b. Komunitas Berdasarkan Lokasi

Komunitas berdasarkan lokasi adalah suatu jenis komunitas yang terbentuk karena adanya kesamaan lokasi atau tempat secara geografis.

Pada umumnya komunitas yang berdasarkan lokasi ini terbentuk karena adanya keinginan untuk saling mengenal satu sama lain sehingga tercipta interaksi yang dapat membantu perkembangan lingkungannya.

c. Komunitas Berdasarkan Komuni

Komunitas berdasarkan komuni adalah suatu komunitas yang terbentuk karena adanya suatu keinginan dan kepentingan bersama. Dengan kata lain, komunitas ini terbentuk atas dasar kepentingan di dalam suatu organisasi sosial dalam masyarakat.

3. Manfaat Komunitas

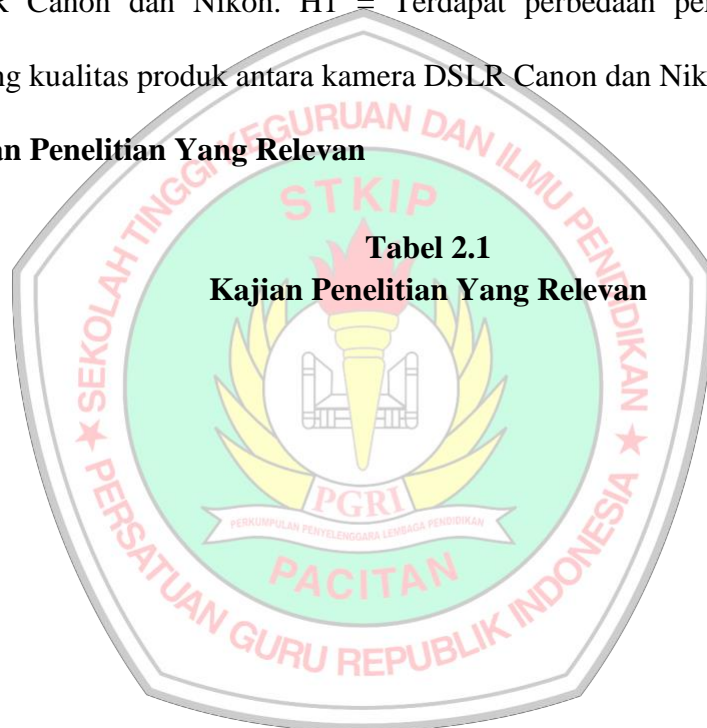
Pembentukan komunitas tentu memiliki beberapa manfaat bagi para anggotanya. Adapun beberapa manfaat komunitas adalah sebagai berikut ini :

- a. Sarana Informasi yaitu penyebaran informasi tertentu dapat menyebar dengan cepat di suatu komunitas. Misalnya pada komunitas fotografi,
- b. segala informasi yang berhubungan dengan fotografi akan sangat cepat beredar di dalam komunitas ini.
- c. Menjalinkan Hubungan yaitu manusia adalah makhluk sosial yang membutuhkan manusia lainnya dalam hidupnya. Dengan adanya komunitas ini maka antar sesama anggota dapat menjalin relasi yang lebih baik satu sama lainnya.
- d. Saling Mendukung yaitu karena adanya minat atau ketertarikan pada bidang tertentu maka setiap anggota komunitas dapat saling memberikan dukungan. Selain untuk mendukung sesama anggotanya, suatu komunitas juga dapat membantu orang lain di luar komunitas tersebut.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah dugaan sementara dari penelitian. Dugaan tersebut dibuat oleh peneliti dengan mengacu pada data awal yang diperoleh. kemudian dugaan benar atau salah ditentukan berdasarkan hasil penelitian. Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah: H_0 = Tidak terdapat perbedaan persepsi konsumen tentang kualitas produk antara kamera DSLR Canon dan Nikon. H_1 = Terdapat perbedaan persepsi konsumen tentang kualitas produk antara kamera DSLR Canon dan Nikon

G. Kajian Penelitian Yang Relevan



NO	Judul	Peneliti, media publikasi dan tahun	Tujuan Penelitian	Kesimpulan	Saran atau kelemahan	Perbandingan
1	Analisis Perbandingan Persepsi Konsumen Tentang Kualitas Produk Kamera Dslr (Digital Single Lens Reflex) Merek Canon Dan Nikon Pada Komunitas Fotografi Di Ngadirojo Tahun 2014	Ayub Partogi Holong Sagala, <i>eProceedings of Management</i> , (2014)	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi konsumen dan bagaimana perbedaan persepsi konsumen tentang kualitas produk Kamera DSLR merek Canon dan Nikon pada komunitas fotografi di Ngadirojo.	Persepsi konsumen mengenai kualitas produk kamera canon lebih tinggi dibandingkan dengan kamera nikon	Dalam penelitian hanya berfokus pada kualitas produk yang bersifat umum.	Peneliti akan menganalisis yang lebih dalam dan rinci misalnya dari segi fitur-fitur yang dimiliki masing-masing kamera DSLR Canon dan Nikon.

2.	Analisis Perbandingan Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, Dan Brand Loyalty Produk Kamera DSLR Merek Canon Dan Nikon “	Supriyadi (2014)	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbandingan ekuitas merek antara kamera merk DSLR Canon dan kamera merk DSLR Nikon	Terdapat perbedaan ekuitas merek antara kamera merk Canon dan kamera merk Nikon	Dalam penelitian metode pengambilan sample akan lebih baik jika menggunakan google form sehingga responden lebih banyak.	Peneliti akan melakukan pengambilan sample data menggunakan digital mode sehingga dapat diproses dengan mudah oleh system.

3.	Pola Hubungan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Kamera Digital Single Lens Reflex	Fransiskus Xaverius Deny Yourgen Kopong (2014)	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola hubungan dari faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli produk kamera DSLR di kalangan fotografer Yogyakarta	peneliti dapat mengambil sebuah kesimpulan bahwa jalur pengambilan keputusan dari kedua responden tersebut yang merupakan fotografer pengguna kamera DSLR Canon dan Nikon berbeda (model akhir).	Dalam penelitian berfokus pada kualitas produk yang bersifat umum dan responden yang disurvey agar lebih banyak	Peneliti menggunakan survey dan melalui buku dan website
----	---	--	--	--	---	--

H. KERANGKA BERPIKIR

Produk berkualitas adalah produk yang memenuhi harapan pelanggan. Produk harus memiliki tingkat kualitas tertentu karena produk dibuat untuk memenuhi selera konsumen atau memuaskan pemakainya. Terdapat delapan dimensi kualitas produk menurut Garvin (Tjiptono, 2008: 93), yaitu :

- a. Kinerja (Performance), yakni efisiensi pencapaian tujuan utama sebuah produk.
- b. Fitur (Features), yaitu atribut produk yang melengkapi kinerja dasar sebuah produk.
- c. Reliabilitas (Reliability), yaitu kemampuan sebuah produk untuk tetap berfungsi secara konsisten selama usia desainnya.
- d. Kesesuaian dengan Spesifikasi (Conformance to Specifications), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi sebuah produk memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- e. Daya Tahan (Durability), berkaitan dengan tingkat kemampuan sebuah produk mentolerir tekanan, stres atau trauma tanpa mengalami kerusakan berarti.
- f. Kemudahan Perawatan (Serviceability), yakni kemudahan mereparasi sebuah produk. Sebuah produk dikatakan sangat Serviceable apabila bisa direparasi secara mudah dan murah.
- g. Estetika (Esthetic), yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
- h. Persepsi Kualitas (Perceived Quality), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Kedelapan dimensi kualitas produk yang telah dijelaskan tersebut akan digunakan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas produk dari kamera DSLR Canon dan Nikon. Dari pengukuran tersebut dapat diketahui ada atau tidaknya perbedaan kualitas produk menurut persepsi konsumen, sehingga perusahaan dapat membuat strategi yang lebih baik untuk mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas produk mereka masing-masing.

