

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Objek Penelitian**

#### **1.1.1 Profil Perusahaan**

Perusahaan Sony (*Soni Kabushiki Kaisha*) merupakan perusahaan konglomerat asal Jepang yang didirikan pada 7 Mei 1946, berpusat di Minato, Tokyo, Jepang. Perusahaan ini juga disebut-sebut sebagai perusahaan yang paling komprehensif di dunia karena perusahaan induknya Sony Corporation memiliki bisnis konsol video game terbesar, produsen produk elektronik terkemuka untuk pasar konsumen dan profesional, dan juga pemain terkemuka dalam industry hiburan film dan televisi.

Grup pada perusahaan ini terdiri dari *Sony Corporation, Sony Pictures, Sony Mobile, Sony Interactive Entertainment, Sony Music, Sony/ATV Music Publishing, Sony Financial Holdings*, dan lainnya. Sony Corporation yang merupakan perusahaan induk dari Sony Group adalah unit bisnis bidang elektronik yang melakukan research and development, perencanaan, perancangan dan pemasaran untuk semua produk elektronik, termasuk unit elektronik kebutuhan Videografi dan Fotografi.

Sony memperkenalkan tipe kamera digital pertama nya pada Tahun 1996 dengan model point-and-shoot (kamera pocket) dan diberi nama Cyber-shot, dan kamera jenis Digital-Single-Lens-Reflect (DSLR) dan diberi nama Alpha. Di tahun 2005, pasar kamera digital yang masih termasuk baru membuat pangsa pasar Sony turun drastis dari 20% ke 9%. Ditahun 2006, Sony kemudian mengakuisisi bisnis kamera Konica Minolta dan mengubah citra garis perusahaan sebagai basis utama nya. Hingga kini, telah menjadi produsen kamera terbesar ketiga di dunia bersaing dengan produsen raksasa kamera lainnya seperti Canon dan Nikon.

PT Sony didirikan di Indonesia sebagai perusahaan penjual dan pemasar untuk semua produk Sony di Indonesia. Hingga kini, PT Sony Indonesia telah memiliki tujuh Sony Center, dealer resmi lebih dari 600, empat kantor cabang, dan 61 service center resmi yang tersebar di seluruh Indonesia. Terkhusus di kota Bandung sendiri, ada dua service center resmi Sony yang berlokasi di :

- a. Jalan Emong No. 20B, Burangrang, Kec. Lengkong, Kota Bandung
- b. Paskal Hyper Square, Jl. Pasir Kaliki No. 23, Ruko Blok B No 67, Kebon Jeruk, Cicendo, Kota Bandung

Sedangkan untuk dealer resmi yang terdapat di Bandung dicantumkan pada tabel 1.1 di bawah ini :

**TABEL 1. 1**  
**Dealer Resmi Sony di Kota Bandung**

NO.	NAMA DEALER RESMI SONY	ALAMAT
1.	Mitra Kamera Bandung	Balubur Town Square, Jl. Tamansari No.D32, Tamansari, Bandung Wetan, Kota Bandung
2.	Focus Nusantara Bandung	Gedung Jonas Photo, Jl. Banda No.38, Citarum, Bandung Wetan, Kota Bandung.
3.	Toko Camzone.com	Jl. Merdeka No.1, Braga, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung
4.	Witacom	Jl. Purnawarman No. 13-15, Istana BEC, Blok D03-D16, Babakan Ciamis, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung.
5.	Fujifilm Corner	Jl. Batik Jonas, Sukaluyu, Kec. Cibeunying Kaler, Kota Bandung
6.	Butik Dukonsel	Jl. Ir. H. Juanda No. 52, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung

*Sumber* : Google Dealer Resmi Sony Di Kota Bandung diakses 23 November 2020

### 1.1.2 Nilai-Nilai pada Perusahaan

Nilai yang dijunjung oleh Sony Corporation ini ialah :

a. Dreams and Curiosity

Menjadi pelopor masa depan dengan rasa ingin tahu dan mimpi

b. Diversity

Mengejar kreasi dan inovasi dengan memanfaatkan keragaman dan sudut pandang yang berbeda

c. Integrity & Sincerity

Menraih kepercayaan merek Sony melalui perilaku yang etis dan bertanggung jawab

d. Sustainability

Memenuhi tanggung jawab pemangku kepentingan melalui praktik bisnis yang disiplin

### 1.1.3 Logo Perusahaan

Objek pada penelitian ini merupakan Kamera Mirrorless Sony A77ii, berikut logo perusahaan Sony Corporation dan produk kamera pada varian Sony Alpha:

The image shows the Sony Corporation logo, which consists of the word "SONY" in a bold, black, sans-serif font.

**GAMBAR 1. 1**

**Logo Sony Corporation**

*Sumber* : Google Logo Perusahaan Sony diakses 23 November 2020



**GAMBAR 1. 2**

**Logo Sony Alpha**

*Sumber* : Google Logo Sony Alpha diakses 23 November 2020

### 1.1.4 Produk Kamera Mirrorless Sony A7ii

Salah satu seri dari produk kamera mirrorless Sony ialah Sony A7ii. Kamera ini dibekali dengan sensor full-frame yang telah setingkat dengan kamera DSLR professional di pasaran dan fitur canggih yang juga merupakan highlight dari kamera besutan Sony Corporation ini, yaitu 5 Axis Image Stabilization. Berikut penulis lampirkan produk Kamera Mirrorless Sony A7ii



**GAMBAR 1. 3**

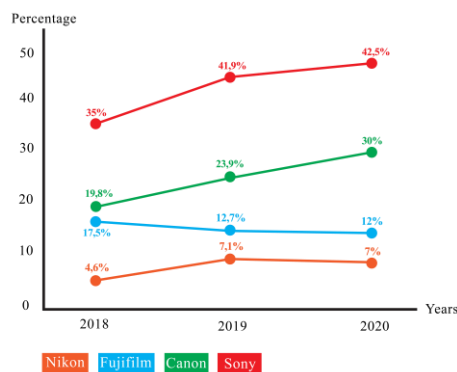
**Kamera Mirrorless Sony A7ii**

*Sumber* : Google Kamera Sony A7ii diakses 2 Desember 2020

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan zaman yang telah memasuki era globalisasi saat ini telah membuat khalayak masyarakat lebih melek akan teknologi yang melaju kian pesat, dimana salah satunya di bidang fotografi. Trend fotografi di dunia, khususnya di Indonesia saat ini tidak hanya digeluti oleh kalangan profesional saja, melainkan telah menjadi hal yang umum di kalangan masyarakat dari berbagai golongan pun turut bisa menghasilkan sebuah karya fotografi. Hal ini pun menjadikan masyarakat semakin *aware* dan *selective* dalam memilih *device* yang paling pas dan cocok digunakan dalam mengabadikan momen sehari-hari mereka atau memenuhi keinginan dalam memotret dan menggambarkan sebuah suasana dan peristiwa secara detail dengan sebuah kamera digital. Oleh karena itu, tidak sedikit pula yang menjadikan trend ini sebagai salah satu sumber nafkah atau menjadikan trend fotografi ini sebagai mata pencahariannya (kelompok profesional)

Saat ini kamera digital yang tersebar dipasar amat sangat beragam, mulai dari kamera saku, prosumer, DSLR amatir, DSLR *advance/professional*, *mirrorless* amatir, dan *mirrorless advance/professional*. Seiring berkembangnya kamera digital yang terus berinovasi membuat pasaran kamera *mirrorless* mulai meningkat secara drastis dan dapat dikatakan mulai menyaingi varian kamera digital lainnya yang ada di pasaran. Hal ini dikarenakan kamera *mirrorless* mempunyai keunggulan dalam segi harga, bentuk yang lebih praktis, serta spesifikasi kualitas yang hampir sebanding dengan kamera varian DSLR Professional, sehingga varian kamera *mirrorless* lebih menarik dan banyak diminati oleh para konsumen kamera digital. Selain itu, peningkatan penjualan kamera *mirrorless* dapat dilihat dari diagram market share kamera *mirrorless* selama tahun 2018, 2019 dan 2020 yang dikutip dari website [fujirumors.com](http://fujirumors.com) dibawah ini.



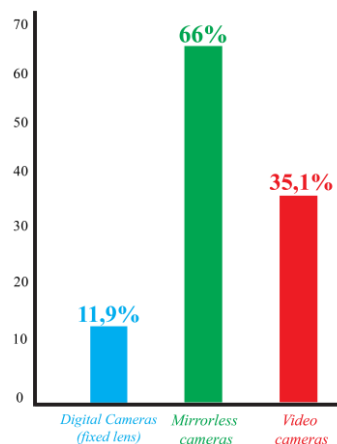
**GAMBAR 1. 4**

### **Market Share Kamera Mirrorless Tahun 2018,2019,2020**

*Sumber: fujirumors.com*

Pada gambar 1.4 menunjukkan peningkatan penjualan kamera *mirrorless* untuk empat *merk* produsen kamera yang berbeda selama tiga tahun berturut-turut yang dapat dilihat bahwa rata-rata dari empat *merk* produsen kamera tersebut mengalami kenaikan yang signifikan tiap tahunnya, dimana pangsa pasar tertingginya diraih oleh Sony. Hal ini membuktikan bahwa Sony sebagai salah satu produsen kamera telah melakukan inovasi guna menghasilkan produk yang paling cocok untuk kebutuhan pelanggan yang haus akan hal baru dalam trend fotografi yang kian marak saat ini. Salah satu cara meningkatkan daya saing yang harus sesuai dan mampu memenuhi harapan konsumen, menjadikan kualitas produk sebagai fokus utama. Menurut Kotler dan Keller (2016:156) pengertian kualitas adalah sebagai berikut, “*Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs*” yang dapat diartikan Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Dikutip dari KONTAN.CO.ID, Kazuteru Makiyama selaku President Director PT Sony Indonesia menyatakan bahwa secara global penjualan kamera jenis mirrorless Sony menempati porsi lebih dari 50% dan sisanya di tempati oleh penjualan kamera DSLR. Hal tersebut juga di buktikan BCN Reports dengan urutan ranking market share disetiap kategori dari kamera pada tahun 2019 yang di sajikan pada gambar 1.5 berikut ini.



**GAMBAR 1. 5**

***Data Persentase Ranking Market Share Kamera Sony Tahun 2019***

*Sumber : BCN Reports*

Pada gambar 1.5 menunjukkan bahwa pada produk Sony peringkat tertingginya diduduki oleh kamera *mirrorless* yang disusul dengan varian kamera lainnya. Dimana yang masih menjadi favorit dari data penjualan kamera *mirrorless* ialah seri alpha. Dari sekian banyak seri alpha salah satunya yaitu kamera *mirrorless* Sony A7ii. Pada kamera tersebut telah dibekali dengan sensor berukuran Full Frame yang sekelas dengan kamera DSLR professional dan juga di tanamkan fitur 5 Axis Stabilization yang merupakan highlight utama dari kamera ini. Sehingga kamera *mirrorless* Sony A7ii cukup diminati oleh penggiat fotografi dari kalangan hobi hingga ke kalangan profesional.

Dengan adanya berbagai spesifikasi kualitas pada kamera *mirrorless* menjadikan konsumen kritis dalam menentukan suatu produk, sampai pada saat mereka akan menentukan keputusan untuk melakukan pembelian dikarenakan mereka akan mempelajari lebih mendetail dan mendalam akan suatu produk tersebut. Menurut Kotler & Armstrong (2016:177) Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Andryani dan Zulkarnaen (2017) tentang “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Yaris Di Wijaya Toyota Dago Bandung”, serta Putra, Arifin, dan Sunarti (2017) tentang “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus”, dimana hasil dari penelitian tersebut variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan data dan fenomena yang telah peneliti uraikan, dapat diketahui adanya indikasi kualitas produk pada kamera *mirrorless* Sony A7ii, serta adanya hubungan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kamera *Mirrorless* Sony A7ii Di Kota Jakarta Selatan”**.

### **1.3 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis menyimpulkan identifikasi masalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana kualitas produk pada Kamera Mirrorless Sony A7ii?
- b. Bagaimana keputusan pembelian konsumen pada Kamera Mirrorless Sony A7ii?
- c. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Kamera Mirrorless Sony A7ii?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang dilakukan penulis, antara lain ialah untuk dapat mengetahui :

- a. Mengetahui kualitas produk Kamera Mirrorless Sony A7ii di mata konsumen.
- b. Mengetahui bagaimana keputusan pembelian produk Kamera Mirrorless Sony A7ii.
- c. Mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk Kamera Mirrorless Sony A7ii terhadap keputusan pembelian.

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat untuk beberapa aspek yaitu aspek teoritis dan aspek praktis.

##### **1. Aspek Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi sarana untuk meningkatkan pengetahuan mengenai kualitas produk dan keputusan pembelian konsumen. Dan juga untuk dapat mejadi referensi untuk penelitian-penelitian berikutnya.

##### **2. Aspek Praktis**

Hasil penelitian ini juga dapat diharapkan menjadi saran serta solusi yang bermanfaat bagi objek penelitian yaitu Kamera Mirrorless Sony A7ii dan menambah pengetahuan bagi peneliti dan para pemasar produk di Indonesia.

#### **1.6 Waktu dan Periode Penelitian**

Periode penelitian ini dimulai dari bulan Februari 2020 hingga Juni 2021. Dengan objek penelitian yaitu Kamera *Mirrorless* Sony A7ii di kota Jakarta Selatan.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan untuk kejelasan terkait penulisan. Dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menguraikan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini dijelaskan terkait tinjauan pustaka penelitian yang berisikan rangkuman teori dan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, serta ruang lingkup penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini akan menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai karakteristik responden, hasil penelitian, serta pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan peneliti dari hasil analisis temua serta memberikan saran yang terkait dengan permasalahan penelitian yang telah dilakukan.