

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini meneliti objek yang terdiri dari Fujifilm X-A1 dan Fujifilm X-M1. Kedua objek dipilih berdasarkan perkembangan dunia fotografi yang dirasakan masyarakat karena begitu cepatnya perkembangan jenis kamera yang ada di pasar Indonesia, yang dapat membantu kebutuhan manusia dalam berbagai bidang yang salah satunya kamera bertujuan mengabadikan sebuah momen.

Perkembangan ini mulai dari berdirinya sebuah komunitas foto, banyak user yang membeli kamera digital dan karya-karya yang juara di nasional maupun di internasional. Fotografi itu sendiri memang sejak dulu tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, selain sebagai dokumenter, fotografi itu sendiri adalah seni, seni kreatifitas menggunakan cahaya. Maka tak heran banyak perkembangan yang pesat (Sutianto : 2013).

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan, Fujifilm X-A1 dan Fujifilm X-M1, merupakan objek yang menarik yang dapat diteliti. Berikut penjelasan dari kedua objek penelitian ini.

1.1.1 Fujifilm X-A1

Kamera Fujifilm X-A1 adalah salah satu langkah Fujifilm dalam menghadirkan sebuah kamera mirrorless dengan harga terjangkau namun memiliki kualitas untuk bersaing. Bisa di sebut ini juga pertama kalinya Fujifilm menghadirkan sebuah varian selain segment kelas premium. Memiliki ketajaman gambar yang baik, Fujifilm X-A1 ini memiliki Autofokus yang sangat cepat dan noise di ISO tinggi yang sangat rendah sehingga mampu memberikan hasil potretan anda terlihat lebih baik lagi.(oketekno.com : 2014). Pada tabel 1.1 berikut merupakan spesifikasi dari Fujifilm X-A1:

Tabel 1.1
Spesifikasi Fujifilm X-A1

Model Name	FUJIFILM X-A1
Number of effective pixels	16.3 million pixels
Image sensor	23.6mm x 15.6mm (APS-C) CMOS with primary color filter Total number of pixels: 16.5 million pixels Sensor Cleaning system Ultra Sonic Vibration
Storage media	SD memory card / SDHC memory card / SDXC (UHS-I) memory card ^{*1}
File format	Still image JPEG (Exif Ver 2.3) ^{*2} / RAW (RAF format) / RAW+JPEG (Design rule for Camera File system compliant / DPOF-compatible)

	<p><i>Movie</i></p> <p><i>Movie File Format: MOV</i></p> <p><i>Movie Video Compression: H.264</i></p> <p><i>Audio: Linear PCM Stereo</i></p>
Number of recorded pixels	L: (3:2) 4896 x 3264 / (16:9) 4896 x 2760 / (1:1) 3264 x 3264 M: (3:2) 3456 x 2304 / (16:9) 3456 x 1944 / (1:1) 2304 x 2304 S: (3:2) 2496 x 1664 / (16:9) 2496 x 1408 / (1:1) 1664 x 1664
Lens mount	FUJIFILM X mount
Sensitivity	AUTO / Equivalent to ISO200 - 6400 (Standard Output Sensitivity) Extended output sensitivity: equivalent to ISO100 / 12800 / 25600
Image Stabilizer	Supported with OIS type lens
Face detection	Yes
Shutter type	Focal Plane Shutter
Shutter speed (with mechanical shutter)	<p>Advanced SR AUTO mode: 1/4 sec. to 1/4000 sec.</p> <p>All other modes: 30 sec. to 1/4000 sec.</p> <p>Bulb: max. 60 min.</p> <p>Synchronized shutter speed for flash: 1/180 sec. or slower</p> <ul style="list-style-type: none"> * At S or M mode, 1/160 sec. or slower can be set.
Focus	<p>Mode</p> <p>Manual Focus / Area AF / Multi AF / Continuous AF / Tracking AF</p> <p>Type</p> <p>TTL contrast AF, AF assist illuminator available</p> <p>AF frame selection</p> <p>Area AF (49 areas with 7 x 7), Changeable AF frame size</p>
White balance	Auto / Custom / Preset (Fine / Shade / Fluorescent light (Daylight) / Fluorescent light (Warm White) / Fluorescent light (Cool White) / Incandescent light)
Self-timer	10 sec. / 2 sec. Delay
Flash	Manual pop-up flash (Super Intelligent Flash) Guide number: Approx. 7 (ISO200·m), approx 5 (ISO100·m)
LCD monitor	3.0-inch, Aspect ratio 3:2, Approx. 920K-dot Tilt type TFT color LCD monitor (Approx. 100% coverage)
Film Simulation mode	PROVIA (STANDARD) / Velvia (VIVID) / ASTIA (SOFT) / MONOCHROME / SEPIA
Dynamic range setting	AUTO (100-400%) / 100% / 200% / 400%
Advanced filter	Toy camera / Miniature / Pop color / High-key / Low-key / Dynamic tone / Soft focus / Partial color (Red / Orange / Yellow / Green / Blue / Purple)
Other photography functions	Auto Red-eye Removal, Setting (Color, Sharpness, D-range, Gradation), Multiple exposure, Depth of Field display, Histogram display, Framing guideline, Frame No. memory, Monitor Sunlight mode, Focus Peak Highlight, Date stamp, Fn button setting
Wireless transmitter	<p>Standard</p> <p>IEEE 802.11b / g / n (standard wireless protocol)</p> <p>Access mode</p> <p>Infrastructure</p>

Playback functions	<i>RAW conversion, Image rotate, Auto image rotate, Red-eye reduction, Photobook assist, Erase selected frames, Image search, Multi-frame playback (with micro thumbnail), Slide show, Mark for upload, Protect, Crop, Resize, Favorites</i>
Wireless functions	<i>Geotagging setup, Image transfer (Individual image / Selected multiple images), View & Obtain Images, PC Autosave</i>
Other functions	<i>PictBridge, Exif Print, Language selection, Time difference, Quick start mode, Silent mode</i>
Dimensions	<i>116.9mm (W) x 66.5mm (H) x 39.0mm (D) / 4.6 in. (W) x 2.6 in. (H) x 1.5 in. (D) (Minimum depth: 32.1mm / 1.3 in.)</i>
Weight	<i>Approx. 330g / 11.6 oz. (including battery and memory card) Approx. 280g / 9.9 oz. (excluding accessories, battery and memory card)</i>

1.1.2 Fujifilm X-M1

Kamera mirrorless Fujifilm X-M1 memang diklaim sebagai mirrorless Fujifilm yang paling ringan. Bagi sebagian pengguna mungkin masalah bobot ini menjadikan kamera kurang mantap digenggam. Tapi, keuntungannya adalah, X-M1 tidak membebani pengguna yang ingin menentengnya ke mana-mana karena cukup ringan. (detikinet : 2014). Pada tabel 1.2 berikut merupakan spesifikasi dari Fujifilm X-M1:

Tabel 1.2
Spesifikasi Fujifilm X-M1

Model Name	FUJIFILM X-M1
Number of effective pixels	<i>16.3 million pixels</i>
Image sensor	<i>23.6mm x 15.6mm (APS-C) X-Trans CMOS with primary color filter Total number of pixels: 16.5 million pixels Sensor Cleaning system Ultra Sonic Vibration</i>
Storage media	<i>SD memory card / SDHC memory card / SDXC (UHS-I) memory card*1</i>
File format	<i>Still image JPEG (Exif Ver 2.3)*2 / RAW (RAF format) / RAW+JPEG (Design rule for Camera File system compliant / DPOF-compatible) Movie Movie File Format: MOV Movie Video Compression: H.264 Audio: Linear PCM Stereo</i>
Number of recorded pixels	<i>L: (3:2) 4896 x 3264 / (16:9) 4896 x 2760 / (1:1) 3264 x 3264 M: (3:2) 3456 x 2304 / (16:9) 3456 x 1944 / (1:1) 2304 x 2304 S: (3:2) 2496 x 1664 / (16:9) 2496 x 1408 / (1:1) 1664 x 1664</i>
Lens mount	<i>FUJIFILM X mount</i>

Sensitivity	<i>AUTO / Equivalent to ISO200 - 6400 (Standard Output Sensitivity) Extended output sensitivity: equivalent to ISO100 / 12800 / 25600</i>
Image Stabilizer	<i>Supported with OIS type lens</i>
Face detection	<i>Yes</i>
Shutter type	<i>Focal Plane Shutter</i>
Shutter speed (with mechanical shutter)	<i>Advanced SR AUTO mode: 1/4 sec. to 1/4000 sec. All other modes: 30 sec. to 1/4000 sec. Bulb: max. 60 min. Synchronized shutter speed for flash: 1/180 sec. or slower</i> <ul style="list-style-type: none"> • <i>* At S or M mode, 1/160 sec. or slower can be set.</i>
Focus	<i>Mode Manual Focus / Area AF / Multi AF / Continuous AF / Tracking AF Type TTL contrast AF, AF assist illuminator available AF frame selection Area AF (49 areas with 7 x 7), Changeable AF frame size</i>
White balance	<i>Auto / Custom / Preset (Fine / Shade / Fluorescent light (Daylight) / Fluorescent light (Warm White) / Fluorescent light (Cool White) / Incandescent light)</i>
Self-timer	<i>10 sec. / 2 sec. Delay</i>
Flash	<i>Manual pop-up flash (Super Intelligent Flash) Guide number: Approx. 7 (ISO200·m), approx 5 (ISO100 · m)</i>
LCD monitor	<i>3.0-inch, Aspect ratio 3:2, Approx. 920K-dot Tilt type TFT color LCD monitor (Approx. 100% coverage)</i>
Film Simulation mode	<i>PROVIA (STANDARD) / Velvia (VIVID) / ASTIA (SOFT) / MONOCHROME / SEPIA</i>
Dynamic range setting	<i>AUTO (100-400%) / 100% / 200% / 400%</i>
Advanced filter	<i>Toy camera / Miniature / Pop color / High-key / Low-key / Dynamic tone / Soft focus / Partial color (Red / Orange / Yellow / Green / Blue / Purple)</i>
Other photography functions	<i>Auto Red-eye Removal, Setting (Color, Sharpness, D-range, Gradation), Multiple exposure, Depth of Field display, Histogram display, Framing guideline, Frame No. memory, Monitor Sunlight mode, Focus Peak Highlight, Date stamp, Fn button setting</i>
Wireless transmitter	<i>Standard IEEE 802.11b / g / n (standard wireless protocol) Access mode Infrastructure</i>
Playback functions	<i>RAW conversion, Image rotate, Auto image rotate, Red-eye reduction, Photobook assist, Erase selected frames, Image search, Multi-frame playback (with micro thumbnail), Slide show, Mark for upload, Protect, Crop, Resize, Favorites</i>
Wireless functions	<i>Geotagging setup, Image transfer (Individual image / Selected multiple images), View & Obtain Images, PC Autosave</i>
Other	<i>PictBridge, Exif Print, Language selection, Time difference, Quick start</i>

functions	<i>mode, Silent mode</i>
Dimensions	<i>116.9mm (W) x 66.5mm (H) x 39.0mm (D) / 4.6 in. (W) x 2.6 in. (H) x 1.5 in. (D) (Minimum depth: 32.1mm / 1.3 in.)</i>
Weight	<i>Approx. 330g / 11.6 oz. (including battery and memory card) Approx. 280g / 9.9 oz. (excluding accessories, battery and memory card)</i>

Pada gambar 1.1 berikut merupakan gambar produk dari Fujifilm *mirrorless* X-A1 dan X-M1:

Gambar 1.1

Fujifilm *mirrorless* X-A1 dan X-M1



1.2 Latar Belakang Penelitian

Beberapa tahun ini konsumen menjadi saksi perkembangan teknologi tanah air yang berjalan dengan begitu pesat, mulai dari teknologi komputer, internet, teknologi informasi, *gadget*, dan media informasi lainnya. Berbicara mengenai perkembangan *gadget* saat ini, kebutuhan akan penggunaan kamera sebagai *gadget* tidak cukup hanya untuk fasilitas pelengkap dalam liburan saja. Dengan kamera maka semua momen yang ada dalam kehidupan dapat terekam dan terus terkenang. Di era kemajuan teknologi saat ini, dan juga dengan perkembangan teknologi digital yang sangat pesat, perkembangan kamera digital sendiri pun mengalami peningkatan. Seperti kamera saku (*pocket digital*), DSLR, bahkan kamera ponsel sekalipun.

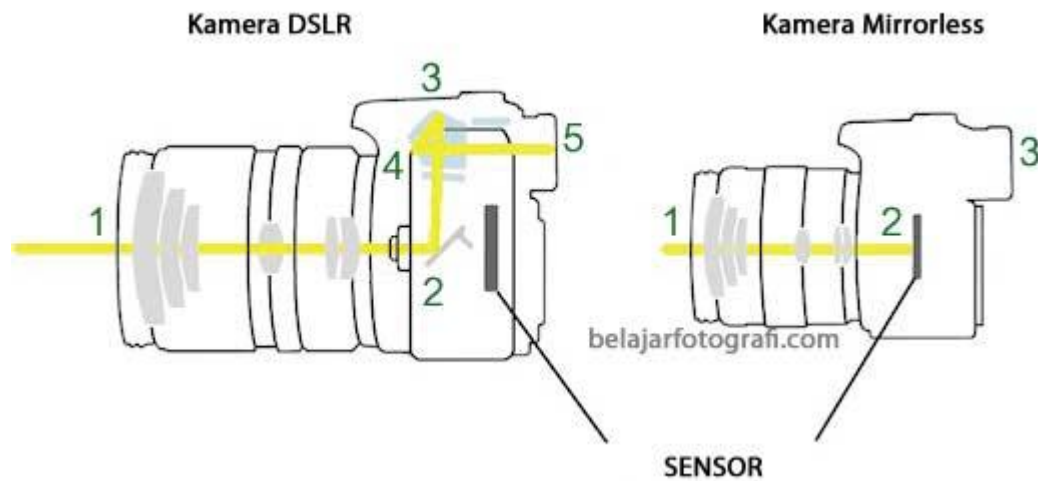
DSLR atau *Digital Single Lens Reflex* merupakan kamera profesional yang menggunakan sensor digital berkualitas dengan ketajaman gambar yang tinggi. Kamera ini bisa berganti lensa sesuai dengan kebutuhan. Kamera ini biasanya digunakan oleh wartawan foto dan fotografer komersial. Tetapi perkembangannya saat ini bahwa pengguna kamera DSLR ini tidak hanya wartawan foto atau fotografer komersial saja, banyak yang mulai doyan dengan kamera DSLR ini seperti misalnya penghobi fotografi, entah itu pelajar, mahasiswa, pegawai, ataupun orang umum. Kegunaan kamera DSLR ini bagi konsumen tersebut juga bermacam-macam, ada yang hanya sekedar hobi, menambah

ilmu, iseng-iseng untuk sambilan ataupun untuk sekedar mengabadikan momen kehidupan dan dokumentasi seperti saat liburan. Dulu kita mudah mengatakan kamera *interchangeable-lens* sebagai kamera DSLR, tetapi sekarang tidak bisa, karena perkembangan teknologi yang menjawabnya, kini kamera yang bisa diganti lensanya tidak saja jenis DSLR, tetapi juga kamera jenis baru yang dinamakan *mirrorless* seperti yang dikutip (rumorkamera:2013). Kedua jenis kamera tersebut pada dasarnya melakukan hal yang sama, tetapi masing-masing memiliki kekuatan dan kelemahan yang nanti akan mempengaruhi keputusan sikap konsumennya itu sendiri.

Kamera SLR (*Single lens reflex*) merupakan jenis kamera yang telah ada selama lebih dari seratus tahun. Seperti pendahulunya yang berbasis film, DSLR (Digital SLR) masih menggunakan cermin untuk memantulkan cahaya dari lensa ke *viewfinder* (jendela bidik) sehingga kita akan melihat persis apa yang dilihat kamera secara optikal. Bila kita mengambil gambar, cermin tersebut akan naik dengan cepat, *shutter* (rana) di depan sensor gambar terbuka, dan cahaya akan mengenai sensor sehingga bisa dilakukan pengambilan gambar. Setelah itu cermin dengan cepat akan kembali ke posisi semula untuk menampilkan objek di *viewfinder*. Sedangkan kamera *mirrorless*, seperti namanya, tidak perlu cermin. Cahaya akan melewati lensa dan langsung jatuh tepat ke sensor gambar, seperti dalam kamera kompak dan smartphone. Gambar obyek akan ditampilkan pada layar LCD atau elektronik *viewfinder* setelah itu baru menekan tombol shutter dan gambar/foto tersimpan (rumorkamera:2013).

Kamera *mirrorless* disebut juga kamera jalan tengah, dengan alasan jika konsumen menginginkan kamera yang berukuran kecil, ringan, mudah dipakai, harga terjangkau, kualitas foto yang lumayan besar. Sejak dimunculkannya kamera *mirrorless*, banyak orang menganggap bahwa jalan tengah ideal sudah mulai terlihat arahnya. Kamera *mirrorless* memiliki karakteristik sebagai berikut: ukuran relatif lebih kecil dan ringkas; jauh lebih ringan; kualitas hasil fotonya tidak terlalu jauh dari DSLR; ukuran sensornya setara DSLR kelas menengah; memiliki opsi mengganti lensa; harganya pun tidak semahal kamera DSLR. Pada gambar 1.2 berikut merupakan gambaran lebih rinci mengenai perbedaan DSLR dan *mirrorless* :

Gambar 1.2
Perbedaan DSLR dan *Mirrorless*



Sumber : (rumorkamera:2013)

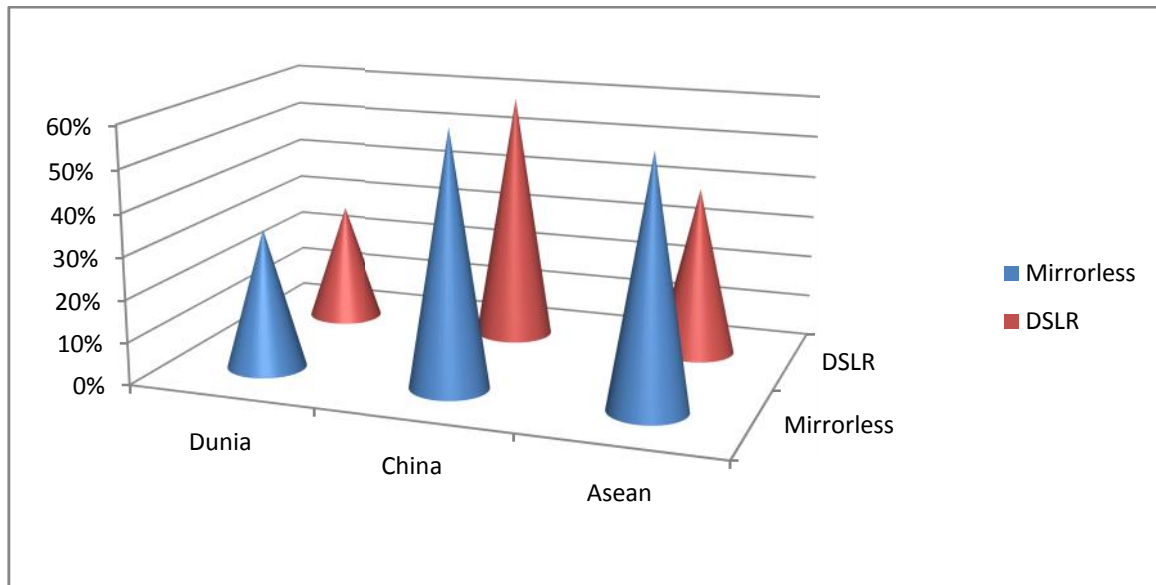
Seperti yang dilangsir (Ningrum:2014), Sejak tahun 2011 hingga 2013, pangsa pasar kamera *mirrorless* tumbuh hingga 65%. Hal ini karena masyarakat sudah sadar bahwa kamera berkualitas itu tak harus memiliki ukuran bodi yang besar dan berat seperti kamera DSLR. Berkat inovasi dan beberapa fitur pintar yang tersemat di kamera *mirrorless*. Salah satunya adalah fitur berbagi foto secara nirkabel ke perangkat *mobile* melalui koneksi NFC dan Wi-Fi.

Menurut data GFK yang dikutip Panasonic, segmen *mirrorless* mencatat kenaikan penjualan 69% di wilayah Asia dari 2011 ke 2012 dengan angka penjualan 127 ribu unit menjadi 215 ribu unit. Di pasar Singapura, Malaysia, dan Thailand, *mirrorless* bahkan telah mulai memakan pasar kamera jenis DSLR dengan penguasaan pasar sistem camera mencapai 33,1% pada kuartal ketiga tahun 2012 (Yusuf:2013).

Kamera *mirrorless* tetap sebagai segmen kunci yang bertumbuh dalam industri kamera. Temuan GFK Asia mengungkapkan adanya kenaikan 33% di unit pasar di dunia, kontribusi terbesar yaitu oleh pasar Cina yang mencatat kenaikan 60%, diikuti oleh Asia Tenggara sebesar 58%. Alasan utamanya yaitu penurunan harga rata-rata untuk memproduksi kamera *mirrorless* dan konsumen merasa lebih terjangkau untuk memiliki kamera *mirrorless*. Begitu juga dengan kamera SLR juga terus tumbuh dengan peningkatan 28% di unit pasar di dunia. China juga negara yang terdaftar memiliki pertumbuhan tertinggi di antara negara lainnya dengan peningkatan 66% dalam unit diikuti oleh Asia Tenggara dengan peningkatan 40%, hal tersebut diilustrasikan sebagai berikut:

Gambar 1.3

Perkembangan Penjualan *Mirrorless*



Sumber: Data Olahan Penulis, menurut GFK dalam artikel *Latest Trends in Asia Market*

Menurut grafik 1.3, dapat disimpulkan bahwa penjualan kamera *mirrorless* di pasar dunia pada tahun 2013 lebih mendominasi dibandingkan kamera DSLR yang disebabkan konsumen lebih memilih kamera *mirrorless* karena harga yang lebih murah tetapi kualitas tidak berbeda jauh dengan kamera DSLR dan juga produsen kamera *mirrorless* mengeluarkan biaya produksi lebih kecil dibanding rata-rata.

Di Indonesia, banyak merek kamera *mirrorless* yang bersaing di pasar. Seperti misalnya Fujifilm, Olympus, Sony, Panasonic, Nikon, Canon. Tetapi yang banyak menarik perhatian konsumen kamera *mirrorless* yaitu Fujifilm dan Olympus. Fujifilm dan Olympus berada pada peringkat teratas dari kamera *mirrorless* terbaik di pasaran. Selain kualitas yang baik, harga Fujifilm termasuk yang lebih terjangkau dibanding *mirrorless* lainnya (smartwebdigital.com:2014).

Fujifilm didirikan pada tahun 1934 dengan tujuan untuk memproduksi film fotografi. Lebih dari beberapa dekade kami telah melakukan diversifikasi ke dalam pasar-pasar baru dan membangun posisi yang kuat di seluruh dunia. Produk yang dihasilkan Fujifilm tidaklah sedikit, untuk produk kamera digital Fujifilm memiliki produk *mirrorless* yang dinamakan X Series, FinePix, yang memiliki jenis-jenis didalam *series* tersebut.

Fujifilm mengumumkan kamera terbaru mereka yaitu X-A1, kamera *mirrorless* yang paling *basic/entry-level* dengan X-mount. Body Fuji X-A1 mirip dengan X-M1 tetapi dengan sensor konvensional 16MP, Bayer *color-filter array*, dan bukan sensor X-Trans yang telah digunakan dalam banyak model seri X lainnya. Meskipun berada di posisi yang rendah dalam X *series*, X-A1 tetap

memiliki fitur LCD yang dapat dimiringkan dengan resolusi 920k-dot dan juga Wi-Fi seperti yang ada di X-M1 (rumorkamera:2013).

Ketika Fujifilm memperkenalkan X series nya kembali pada Januari 2012, Fujifilm mengambil langkah yang tidak biasa memulai dengan model *profesional top-end*, dengan design retro tapi memiliki teknologi yang inovatif seperti X-Pro1, menampilkan kesan unik dari viewfinder elektronik, yang menawarkan banyak fitur yang sama ditetapkan dalam tubuh yang lebih kecil, tetapi Fujifilm lakukan mengenalkan model terbaru untuk kelas *mid – range* (cnc:2014).

Meski Fujifilm merupakan produsen kamera terbesar di dunia, namun belakangan produknya di Indonesia kalah tenar dibanding Canon, Nikon atau Sony dan kejayaan Fujifilm di Indonesia seakan lenyap. Pada Desember 2011, Desember 2011, manajemen Fujifilm dari Jepang memutuskan untuk membuka kantor perwakilannya di Indonesia. Dengan membuka kantor perwakilannya di Indonesia, bisnis mereka pun kembali menggeliat. Dengan memperkenalkan produk barunya, yang paling menonjol adalah kamera seri X, seperti X100, X 100s, X10, Xpro1, X-E1. Sejak saat itu, penjualan Fujifilm sampai tahun 2012 telah tumbuh sebesar 120% dengan respon yang positif terhadap X series. Penjualannya terus tumbuh secara signifikan tiap bulannya. Bahkan kontribusinya mencapai 50% dari keseluruhan penjualan kamera Fujifilm di Indonesia (Intana:2013).

Pasar kamera di Indonesia sendiri sangat besar, namun Fujifilm masih merupakan pemain yang kecil. Melalui rangkaian kamera seri X, Fujifilm optimis *brandnya* akan dikenal lagi di Indonesia dan mampu bersaing dengan pemain-pemain besar. Untuk mengembalikan masa-masa kejayaan Fujifilm di Indonesia, perusahaan mempunyai beberapa strategi yang sedang dilakukan. Yakni memperbaiki brand image, dahulu saat masih pakai film negatif, orang Indonesia sangat mengenal Fujifilm dan saat ini perusahaan berusaha membangkitkan itu kembali (Intana:2013).

Tren pasar di Indonesia mengalami perubahan sejak masyarakat Indonesia demam dengan fotografi. Masyarakat selalu ingin mengabadikan momen di setiap acara dengan kamera. Pada kurun 2005-2008, pasar kamera digital Indonesia mulai diramaikan dengan kehadiran DSLR. Dengan mulai maraknya penggunaan kamera untuk keperluan bisnis fotografi seperti konsultan perencanaan pernikahan, maka bursa kamera pun kemudian semakin marak. Tren permintaan kamera tidak saja fokus di segmen pemula dengan anggaran Rp 1 juta-Rp2 juta saja, tetapi juga merambah ke DSLR juga *mirrorless* yang juga meningkat.

Indonesia merupakan Negara yang sangat potensial dan prospektif dalam industri ICT, khususnya pada industri kamera. Namun perkembangan industri kamera pada saat ini secara langsung ternyata memberikan dampak terhadap kamera itu sendiri yang dimana teknologi yang terus di *update* membuat siklus hidup produk (*product life cycle*) *gadget* semakin pendek. Begitu juga tingkat inovasi produk yang tinggi membuat tahap kedewasaan (*maturity*) dan penurunan (*decline*) produk menjadi

lebih singkat. Perhatian konsumen begitu cepat teralihkan oleh produk lain yang muncul sehingga menjadikan setiap produk *gadget* tampak menjadi produk *fad* yang datang dan pergi begitu cepat, digantikan oleh produk serupa yang lebih baru dan canggih. Produsen *gadget* harus berinovasi agar dapat menghasilkan produk-produk yang selalu *up-to-date* dengan kemajuan teknologi komunikasi terkini (Kertajaya, Taufik, Musri et al dalam *Marketeters* Edisi April 2012).

Oleh karena itu pengetahuan atribut sebuah produk dibutuhkan guna mengetahui atribut mana yang disukai dan dibutuhkan konsumen, serta atribut produk mana yang tidak disukai dan tidak dibutuhkan oleh konsumen. Mengetahui dan memahami sikap konsumen menjadi hal yang harus dilakukan oleh produsen kamera *mirrorless* itu sendiri bertujuan untuk mengetahui atribut mana yang disukai, dibutuhkan dan atribut mana yang kurang diminati dan kurang berpengaruh, dan bagaimana membuat pemakai menyukai produk tersebut. Sehingga perusahaan dapat mengembangkan produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, agar kamera Fujifilm X-A1 dan X-M1 ini dapat berguna dengan maksimal dan jangka panjang.

Kepercayaan konsumen menurut Mowen (dalam Isabella, 2012:11) adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya.

Pengukuran sikap yang digunakan oleh para peneliti konsumen sebelumnya adalah model multiatribut Fishbein. Model multiatribut Fishbein menjelaskan bahwa sikap konsumen terhadap suatu produk atau objek sangat ditentukan oleh atribut-atribut yang di evaluasi. Model Fishbein tidak mengukur sikap ideal konsumen mengenai evaluasi konsumen terhadap apa yang sesungguhnya dirasakan konsumen dan diinginkan konsumen (Sumarwan 2011:177).

Menurut Kotler dan Amstrong (2004:347) menyatakan bahwa atribut produk adalah pengembangan suatu produk atau jasa melibatkan penentuan manfaat yang akan diberikan. Ketika sebuah produk memiliki atribut yang melekat dengan baik dan positif maka konsumen tidak akan ragu untuk memilih produk tersebut untuk menjadi pilihan ketika memilih sebuah produk untuk dibeli. Atribut produk dianggap menjadi sebuah bahan pertimbangan karena memiliki dimensi-dimensi yang menjadi kebutuhan konsumen seperti *durability*, *CCD Resolution*, *Memory card capacity*, *Compatibility*, *Ease of Use*, *Zoom Distance*, *Size*, *Design*, dan *Video Record Function*. Pada atribut fitur merupakan atribut yang sensitif bagi konsumen, karena fitur yang dimiliki Fujifilm X-A1 dan Fujifilm X-M1 memiliki fitur yang berbeda walaupun berada dalam *series* yang sama.

Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler dan Keller 2009:166). Setiap pembelian sebuah produk, konsumen memiliki hak penuh untuk memilih, tidak memilih, maupun tidak akan menggunakan produk tersebut. Hal tersebut disebabkan oleh perilaku dan keyakinan dari konsumen itu sendiri. Dalam bidang pemasaran Sigit (dalam Wahyuni, 2008:31) menjelaskan bahwa motivasi

pembelian adalah pertimbangan-pertimbangan dan pengaruh yang mendorong orang untuk melakukan pembelian.

Sedangkan norma subyektif adalah kelompok referensi yaitu kelompok-kelompok yang memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung pada sikap dan perilaku seseorang, kelompok referensi mempengaruhi perilaku seseorang dalam pembelian yang sering dijadikan pedoman oleh konsumen dalam bertingkah laku, misalnya budaya, kelas sosial, kelompok tertentu, keluarga (Kotler dan Armstrong 2008:159). Norma subyektif bersifat eksternal individu yang mempunyai pengaruh terhadap perilaku individu.

Pada penelitian ini, Fujifilm X-A1 dan Fujifilm X-M1 yang menjadi objek penelitian, dimana penelitian dilakukan kepada konsumen Fujifilm X series di Indonesia, karena pada gambar 1.3 dapat dilihat berkembangnya penjualan kamera *mirrorless* di Asean, termasuk di Indonesia. Yang dimana Indonesia pun kini hampir semua produsen kamera menjual kamera *mirrorless* dengan berbagai harga. (lensafotografi:2014)

Dari pemaparan sebelumnya, dapat membuat kesimpulan bahwa sikap konsumen bisa diukur melalui dimensi-dimensi atribut produk. Seperti yang telah dipaparkan diatas bahwa atribut produk terdiri dari *durability*, *CCD Resolution*, *Memory card capacity*, *Compatibility*, *Ease of Use*, *Zoom Distance*, *Size*, *Design*, dan *Video Record Function*. Sehingga penulis tertarik untuk mengetahui sikap konsumen terhadap kamera *mirrorless* Fujifilm seri X-A1 dan X-M1 dimana penelitian dilakukan di Indonesia, kepada responden yang memiliki Fujifilm X series.

Berdasarkan pemaparan data di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Sikap Konsumen Berdasarkan Atribut Produk Kamera Dengan Menggunakan Pendekatan Multiatribut Fishbein (Studi Kasus Pada Konsumen Kamera *Mirrorless* Fujifilm X-A1 dan X-M1)”**.

1.3 Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang yang sudah dipaparkan sebelumnya. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini diidentifikasi sebagai berikut :

1. Atribut-atribut produk apa yang dianggap paling penting oleh konsumen Fujifilm X-A1 dan X-M1?
2. Bagaimana sikap konsumen berdasarkan atribut-atribut produk Fujifilm X-A1 dan X-M1 ?
3. Norma subyektif apa yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian produk Fujifilm X-A1 dan X-M1?

1.4 Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penelitian yang akan dilakukan adalah untuk mengetahui hal-hal sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui atribut-atribut produk apa yang dianggap paling penting oleh konsumen Fujifilm X-A1 dan X-M1.
2. Untuk mengetahui bagaimana sikap konsumen berdasarkan atribut-atribut produk Fujifilm X-A1 dan X-M1.
3. Untuk mengetahui norma subyektif apa yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian produk Fujifilm X-A1 dan X-M1.

1.5 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, diharapkan mendapatkan kegunaan dari pelaksanaan penelitian yang diantaranya :

1. Bagi Praktisi

Dari hasil penelitian ini peneliti berharap bahwa hasil penelitian dapat digunakan sebagai masukan bagi komunitas atau perusahaan mengenai atribut produk yang perlu diperhatikan dalam setiap produk yang akan ada, khususnya produk pada industri kamera.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas dan memperdalam wawasan serta pengetahuan dan digunakan sebagai masukan oleh komunitas atau perusahaan mengenai atribut produk dan dapat membantu dalam mengikuti kegiatan perkuliahan dan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya di bidang terkait.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Untuk mempermudah dalam memberikan arah serta gambaran materi yang terkandung dalam penulisan tugas akhir ini, maka sistematika penulisannya disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, tujuan dari penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Pada bagian ini dikemukakan tentang penelitian sebelumnya, teori-teori yang berkaitan perilaku konsumen, atribut produk, jurnal penelitian, kerangka pemikiran, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab III berisi tentang jenis penelitian, operasionalisasi variabel, skala pengukuran,, tahapan penelitian, populasi dan sampel, analisis data yang digunakan dalam penelitian, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV menjelaskan mengenai karakteristik tanggapan responden berdasarkan hasil penyebaran kuisisioner, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian persepsi Fujifilm X-A1 dan X-M1 berdasarkan atribut produk.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab V berisi mengenai kesimpulan hasil analisis, saran-saran untuk berbagai pihak bagi penelitian selanjutnya.