



**PENGARUH KOMUNITAS MAHASISWA FOTOGRAFER
UNIVERSITAS JEMBER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DAN KEPUASAN KONSUMEN KAMERA DSLR
MEREK CANON**

*THE INFLUENCE OF COMMUNITY UNIVERSITY STUDENTS PHOTOGRAPHER
JEMBER DECISIONS TO PURCHASE AND CUSTOMER SATISFACTION
CAMERA DSLR BRAND CANON*

SKRIPSI

Oleh:

Ranny Ifmaniar

NIM. 100810201194

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2014**



**PENGARUH KOMUNITAS MAHASISWA FOTOGRAFER
UNIVERSITAS JEMBER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DAN KEPUASAN KONSUMEN KAMERA DSLR
MEREK CANON**

*THE INFLUENCE OF COMMUNITY UNIVERSITY STUDENTS PHOTOGRAPHER
JEMBER DECISIONS TO PURCHASE AND CUSTOMER SATISFACTION
CAMERA DSLR BRAND CANON*

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh:

Ranny Ifmaniar

NIM. 100810201194

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2014**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER-FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : Ranny Ifmaniar
NIM : 100810201194
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Komunitas Mahasiswa Fotografer Universitas
Jember Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan
Konsumen Kamera DSLR Merek Canon

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus saya junjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 1 Oktober 2014

Yang menyatakan,

Ranny Ifmaniar

NIM. 100810201194

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Komunitas Mahasiswa Fotografer
Universitas Jember Terhadap Keputusan Pembelian dan
Kepuasan Konsumen Kamera DSLR Merek Canon

Nama Mahasiswa : Ranny Ifmaniar

NIM : 100810201194

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Tanggal : 1 Oktober 2014

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Mohamad Dimyati, M.Si

19670421 199403 1 008

Dra. Susanti Prasetyaningtiyas, M.Si

19660918 199203 2 002

Mengetahui,
Ketua Jurusan

Dr. Handriyono, SE., M.Si

19620802 199002 1 001

PENGESAHAN

Pengaruh Komunitas Mahasiswa Fotografer Universitas Jember Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Kamera DSLR Merek Canon

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : **Ranny Ifmaniar**
NIM : **100810201194**
Jurusan : **Manajemen**
Konsentrasi : **Manajemen Pemasaran**

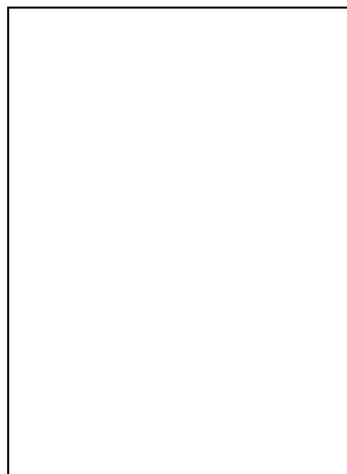
Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal:

15 Oktober 2014

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

Ketua : **Dr. Deasy Wulandari S.E., M.Si.** : (.....)
NIP. 19730908 200003 2 001
Sekretaris : **Dr. Bambang Irawan, M.Si.** : (.....)
NIP. 19610317 198802 1 001
Anggota : **Dr. Novi Puspitasari SE, M.M.** : (.....)
NIP. 19801206200501 2 001



Mengetahui/Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si
NIP. 19630614 199002 1 001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua Orangtuaku, Ayahanda Syaiful Zaenullah dan Ibunda Halimah;
2. Kakakku Danny Sahadika dan kakak iparku Tri Indah Wulandari, serta keluarga besarku;
3. Dosen pembimbing skripsi Bapak Dr. Mohamad Dimiyati, M.Si dan Ibu Dra. Susanti Prasetyaningtiyas, M.Si;
4. Dosen penguji Ibu Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si, Bapak Dr. Bambang Irawan, M.Si dan Ibu Dr. Novi Puspitasari, SE, MM;
5. Teman-teman Fakultas Ekonomi Universitas Jember angkatan 2010;
6. Sahabat-sahabatku;
7. Dan Almamater yang kubanggakan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

MOTTO

Jangan melihat ke luar. Lihatlah ke dalam diri sendiri dan carilah itu.

(Jalaluddin Rumi)

Jangan biarkan keadaan mengontrolmu. Kamulah yang mengontrol keadaan.

(Jackie Chan)

Lari dari manusia itu bisa, tapi lari dari tuhan itu tidak akan bisa dan dimanapun kita berada, Tuhan selalu mengawasi kita

(Sharukh Khan)

Waktu lebih berharga dari pada uang. Anda bisa meraih uang lebih, tetapi anda tidak bisa meraih tambahan waktu.

(Jim Rohn)

RINGKASAN

Pengaruh Komunitas Mahasiswa Fotografer Universitas Jember Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Kamera DSLR Merek Canon: Ranny Ifmaniar, 100810201194, 2014, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember.

Kamera merupakan alat utama yang dibutuhkan oleh komunitas mahasiswa fotografer. Kamera dengan spesifikasi terlengkaplah yang menjadi pilihan dan dapat menciptakan kepuasan. Komunitas mahasiswa fotografer merupakan suatu sarana yang dapat mempengaruhi mahasiswa dalam mengambil keputusan pembelian, terutama untuk pembelian kamera. Kamera merek Canon-lah yang menjadi pilihan teratas dari berbagai merek kamera yang ada. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh komunitas mahasiswa fotografer Universitas Jember terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen kamera DSLR merek Canon.

Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Jember yang mengambil keputusan membeli dan menggunakan kamera DSLR, dan sampel yang terpilih sebanyak 100 responden mahasiswa Universitas Jember. Metode *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria yang pertama yaitu mahasiswa Universitas Jember yang memiliki kamera DSLR merek Canon dan kriteria yang kedua yaitu anggota komunitas mahasiswa fotografer Universitas Jember. Jenis penelitian ini merupakan penelitian *Confirmatori research*, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengkonfirmasi teori. Metode analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa komunitas mahasiswa fotografer berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kamera DSLR merek Canon. Hal ini berdasarkan hasil pengujian koefisien jalur yang menunjukkan bahwa hipotesis pertama yang menunjukkan komunitas fotografer berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian diterima. Artinya

komunitas fotografer secara langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kamera DSLR merek Canon, jika persepsi konsumen tentang komunitas fotografer meningkat, maka akan meningkatkan keputusan pembelian, dan sebaliknya jika persepsi konsumen tentang komunitas fotografer turun akan pula menurunkan keputusan pembelian kamera DSLR merek Canon.

Komunitas mahasiswa fotografer berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen kamera DSLR merek Canon. Hal ini berdasarkan hasil pengujian koefisien jalur yang menunjukkan bahwa hipotesis kedua yang menunjukkan komunitas fotografer berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen diterima. Artinya komunitas fotografer secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen kamera DSLR merek Canon, jika persepsi konsumen tentang komunitas fotografer meningkat, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen, dan sebaliknya jika persepsi konsumen tentang komunitas fotografer turun akan pula menurunkan kepuasan konsumen kamera DSLR merek Canon.

Keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen kamera DSLR merek Canon. Hal ini berdasarkan hasil pengujian koefisien jalur yang menunjukkan bahwa hipotesis ketiga yang menunjukkan keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen diterima. Artinya keputusan pembelian secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen kamera DSLR merek Canon, jika persepsi konsumen tentang keputusan pembelian meningkat, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen, dan sebaliknya jika persepsi konsumen tentang keputusan pembelian turun akan pula menurunkan kepuasan konsumen kamera DSLR merek Canon.

SUMMARY

THE INFLUENCE OF COMMUNITY UNIVERSITY STUDENTS PHOTOGRAPHER JEMBER DECISIONS TO PURCHASE AND CUSTOMER SATISFACTION CAMERA DSLR BRAND CANON: Ranny Ifmaniar, 100810201194, the Faculty of Economic, Jember University.

Camera is instrumental required by community student photographer. Camera with specifications most complete who became choice and can create satisfaction. Community student photographer is an instrumentality that can affect the students in decision purchase, especially to buy a camera. Camera brand Canon who becomes the choice top from various brands camera that exist. The purpose of this research is to test influence community photographer university students Jember of the decision purchase and customer satisfaction camera DSLR brand Canon.

The population of this research is Jember University students who takes the decision buy and use the camera DSLR, and sample which was elected as many as 100 respondents Jember University students. A method of sampling used is purposive of sampling with criteria that first namely. Jember University students who has a camera DSLR brand Canon and criteria that both namely. University community members mahasiswa photographer jember. This is the kind of research research confirmatori research, that is research that aims to confirm the theory. A method of analysis of data using structural equation modeling (SEM).

The result of this research shows that community student photographer influential significant of the decision of the purchase of the camera DSLR brand Canon. It is based on the testing of the coefficients of a line indicating that hypothesis first show community photographer influential significant of the decision of the purchase accepted. It means community photographer directly influence significantly to the decision of the purchase of the camera DSLR brand Canon, if consumer perceptions about the community photographer increase, then will try to increase purchases, a decision and otherwise if consumer perceptions

about the community photographer down will also lower the decision of the purchase of the camera DSLR brand Canon.

Community student photographer influence significantly to customer satisfaction camera DSLR brand Canon. It is based on the testing of the coefficients of a line indicating that hypothesis second showing community photographer influence significantly to customer satisfaction accepted. It means community photographer directly influence significantly to customer satisfaction camera DSLR brand Canon, if consumer perceptions about the community photographer increase, then will increase customer satisfaction, and otherwise if consumer perceptions about the community photographer down will also lower the customer satisfaction camera DSLR brand Canon.

The decision to buy influence significantly to customer satisfaction camera DSLR brand Canon. It is based on the testing of the coefficients of a line indicating that hypothesis third indicate a decision to buy influence significantly to customer satisfaction accepted. It means a decision to buy directly influence significantly to customer satisfaction camera DSLR brand Canon, if consumer perceptions about the decision of buying rose, then will increase customer satisfaction, and otherwise if consumer perceptions about the decision of the purchase down will also lower the customer satisfaction camera DSLR brand Canon.

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT. atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Komunitas Mahasiswa Fotografer Universitas Jember Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Kamera DSLR Merek Canon”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr.Moehammad Fathorrazi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Bapak Dr. Handriyono, SE.,M.Si selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Dr. Mohamad Dimiyati, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Dra. Susanti Prasetyaningtyas, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Manajemen yang telah bersedia membagi ilmu pengetahuan dan memotivasi diri ini untuk menggali ilmu lebih dalam lagi, dan para staf aadministrasi yang membantu memberikan informasi dan turut serta membantu dalam mengurus persyaratan-persyaratn skripsi.
5. Keluarga tercinta Ibu Halimah, Bapak Syaiful Zaenullah, Kakakku Danny Sahadika yang senantiasa memberikan do’a, dukungan, dan semangat tiada batas.
6. Sahabat-sahabatku yang terkasih Muhammad Zidni Taufiqi, Devi Adelia Kusumadani, Ika Puspitasari, Eko Prasetyo Tamyizi, Mohammad Erza Jefriyanto, Okta Dwi Kristanto, M. Hamzah Al Faritsy, Andy Fajar Balda, yang selalu memberikan semangat serta dukungan untuk lancarnya mengerjakan skripsiku.

7. Sahabat SMAku Juwita Arik Frasetyo, Khoirun Nikmah, Cynthia Septa E. K., Chusnul Hasanah, Masfufah Dwi K. S., Dwi Retno Wulandari, Jonathan Teguh F, Abdi Swasis yang selalu memberi dukungan dan semangat yang luar biasa.
8. Teman-teman Manajemen 2010, Ika Agusdini Putri, Salma Fauziyyah, Ainun Indah V. S., Tiara Tri O., Alif Mirzania, Riskiyana U., yang telah menemani hari-hari Penulis untuk menyelesaikan penelitian tugas akhir ini, percayalah Allah sangat mencintaimu melebihi apa yang kamu rasa dan pikir.
9. Anggota komunitas mahasiswa fotografer *sofalens*, Mas Hengki dan Mas Wawan yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan memberi motivasi yang positif.
10. Kawan-kawan Manajemen 2010, kita berjuang bersama dalam melawan kemalasan, Semoga sukses selalu untuk kita semua.
11. Dan semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat.

Jember, 1 Oktober 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
RINGKASAN	viii
SUMMARY	x
PRAKATA	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1. PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1. Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Tinjauan Teori.....	8
2.1.1. Komunitas Sosial.....	8
2.1.2. Komunitas Mahasiswa Fotografer.....	10
2.1.3. Keputusan Pembelian	12
2.1.4. Kepuasan Konsumen.....	17
2.2. Penelitian Terdahulu	18
2.3. Kerangka Konseptual Penelitian	20
2.4. Hipotesis Penelitian.....	23

BAB 3. METODE PENELITIAN	24
3.1. Rancangan Penelitian.....	24
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	24
3.2.1. Populasi	24
3.2.2. Sampel.....	24
3.3. Jenis dan Sumber Data	25
3.3.1.Data Primer.....	25
3.3.2.Data Sekunder.....	25
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	26
3.4.1.Kuesioner.....	26
3.5. Identifikasi Variabel.....	26
3.6. Definisi Operasional Variabel.....	26
3.6.1. Komunitas Mahasiswa Fotografer.....	26
3.6.2. Keputusan Pembelian	27
3.6.3. Kepuasan Konsumen.....	28
3.7. Skala Pengukuran Variabel.....	28
3.8. Pengujian Instrumen.....	29
3.8.1. Uji Validitas	29
3.8.2. Uji Reliabilitas	29
3.9. Metode Analisis Data.....	30
3.9.1. Analisis Structural Equation Modelling (SEM).....	30
3.10. Kerangka Pemecahan Masalah	36
BAB 4. PEMBAHASAN	38
4.1. Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.1.2. Gambaran Umum Wilayah Penelitian.....	39
4.2. Karakteristik Responden	39
4.2.1.Usia Responden.....	40
4.2.2.Jenis Kelamin.....	40
4.2.3.Responden Berdasarkan Fakultas.....	41
4.2.4.Pengetahuan Tentang Komunitas Fotografer.....	42

4.2.5.Frekuensi Lama Pembelian.....	42
4.3. Deskripsi Variabel Penelitian.....	43
4.3.1.Deskripsi Penilaian Terhadap Komunitas Fotografer.....	43
4.3.2.Deskripsi Penilaian Terhadap Keputusan Pembelian.....	45
4.3.3.Deskripsi Penilaian Terhadap Kepuasan Konsumen.....	46
4.4. Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk	47
4.4.1.Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Komunitas Fotografer.....	47
4.4.2.Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Keputusan Pembelian.....	47
4.4.3.Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Kepuasan Konsumen.....	48
4.5. Analisis Data	49
4.5.1. Uji Asumsi SEM	49
4.5.2. Analisis <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	50
4.5.3. Uji Kesesuaian Model	51
4.5.4.Uji Kausalitas(Uji Hipotesis).....	51
4.5.5.Pengaruh Variabel Eksogen dan Endogen.....	53
4.6. Pembahasan.....	59
4.6.1. Pengaruh Komunitas Fotografer Terhadap Keputusan Pembelian...	55
4.6.2. Pengaruh Komunitas Fotografer Terhadap Kepuasan Konsumen ...	56
4.6.3. Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen	57
4.7. Keterbatasan Penelitian.....	59
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1. Kesimpulan	59
5.2. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN 1.....	67
LAMPIRAN 2.....	72
LAMPIRAN 3.....	82
LAMPIRAN 4.....	90
LAMPIRAN 5.....	99
LAMPIRAN 6.....	103

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Perbandingan Harga Kamera Merek Canon dengan Merek Lain.....	2
1.2 Histogram Kamera Terpopuler	3
2.1 Penelitian Sebelumnya	20
3.1 Persamaan Struktural Penelitian	34
3.2 Uji Kesesuaian Model	35
4.1 Usia Responden	40
4.2 Jenis Kelamin Responden.....	41
4.3 Data Responden Berdasarkan Fakultas	41
4.4 Pengetahuan Responden Tentang Komunitas Fotografer	42
4.5 Frekuensi Lama Pembelian Responden	43
4.6 Frekuensi Responden Terhadap Indikator Komunitas Fotografer.....	44
4.7 Frekuensi Responden Terhadap Indikator Keputusan Pembelian	45
4.8 Frekuensi Responden Terhadap Indikator Kepuasan Konsumen.....	46
4.9 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Komunitas Fotografer	47
4.10 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Keputusan Pembelian.....	48
4.11 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Kepuasan Konsumen	48
4.12 Evaluasi atas Normalitas Data	49
4.13 Uji Kriteria <i>Goodness of fit</i>	51
4.14 Hasil Pengujian Kausalitas (Uji Hipotesis)	52
4.15 Pengujian Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Pengaruh Total ...	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	22
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	36

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	65
Lampiran 2. Rekapitulasi Hasil Kuisisioner Penelitian	70
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	82
Lampiran 4. Hasil Uji Asumsi <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	90
Lampiran 5. Hasil Uji Kesesuaian Model SEM	99
Lampiran 6. Model Lengkap SEM	103