

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)

Ranny Ifmaniar, Mohamad Dimiyati, Susanti Prasetyaningtiyas
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember
Jln. Kalimantan 37, Jember 68121
E-mail: rannyifmaniar@gmail.com

Abstrak

Secara umum, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh komunitas mahasiswa fotografer Universitas Jember terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen kamera DSLR merek Canon. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian *confirmatory reseach*. 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. Metode analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel komunitas fotografer berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen kamera DSLR merek Canon.

Kata Kunci: komunitas fotografer, keputusan pembelian, kepuasan konsumen.

Abstract

In general the purpose of this research is to test the influence of community jember university student photographer of the decision to purchase and customer satisfaction. dslr brand of a canon cameraThe method used in this research is confirmatory of research with a kind of quantitative methods reseach.The population of this research is jember university students who take decisions and buy and use the camera dslr and the sample chosen as many as 100 respondents. jember university studentsSampling method used is purposive sampling with the criteria for the first is jember university students having a canon camera dslr brand and the second criteria is a member of the community of university student photographer jember.Using a method of analysis of data modeling equation structural (shem.The results of research shows that the variable community photographer significant of the decision to purchase and customer satisfaction. dslr brand of a canon camera.

Keywords: Community of photographer, Purchase decision, customer satisfaction.

Pendahuluan

Semua aspek dalam kehidupan di era *modern* ini mengalami kemajuan, tidak terkecuali teknologi. Pada masa lampau teknologi hanyalah sesuatu untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia, akan tetapi di era *modern* ini teknologi tidak hanya berperan sebagai kebutuhan hidup manusia melainkan sebagai keinginan manusia. Seperti contohnya kamera, dulu kamera hanya digunakan untuk memotret apabila ada kepentingan saja, tetapi sekarang kamera juga digunakan untuk alat eksplorasi diri.

Kamera DSLR sangat digemari banyak kalangan, terutama kaum muda yang selalu ingin terlihat *modern* dan tidak ketinggalan jaman. Kamera merek Canon dibuat oleh Goro Yoshida sejak tahun 1933 (Zebastianus.wordpress.com). Produk kamera Canon sendiri masih menjadi produk yang paling dicari di pasaran oleh para fotografer.

Komunitas mahasiswa fotografer Universitas Jember berdiri sejak 4 Desember tahun 1991 dan diberi nama Safolens. Komunitas ini tergabung dalam UKM kesenian pusat di

Artikel Ilmiah Mahasiswa 2014

Universitas Jember dan beranggotakan 49 mahasiswa dari berbagai fakultas.

Wellman dan Delanty (2003:177) mengatakan komunitas adalah jaringan dari beberapa individu yang saling mengikat dalam meningkatkan sosialisasi sesama jaringan, saling mendukung, memberikan informasi, adanya rasa memiliki dan menjadi identitas sosial.

Perilaku konsumen sangat dinamis artinya mudah sekali berubah. Sifat mudah berubah tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan-persoalan dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugiannya masing-masing (Drummond, 2003:68).

Oliver (dalam Supranto, 2001) mendefinisikan kepuasan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya.

Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan sangat kecewa. Apabila kinerja sesuai harapan, maka pelanggan akan sangat puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan pelanggan akan sangat puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi dari berbagai media. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan tersebut.

Adanya komunitas fotografer tersebut membuat para kaum muda di Jember khususnya di Universitas Jember sebagian besar meluangkan waktu kosong mereka dengan kegiatan yang berhubungan dengan komunitas fotografer, seperti salah satunya adalah melakukan *hunting photo*, secara tidak langsung hal tersebut menginspirasi para kaum muda lainnya khususnya mahasiswa di Universitas Jember dalam bidang fotografi, bersamaan dengan itu para kaum muda tersebut secara otomatis dituntut untuk memiliki segala macam perlengkapan yang dibutuhkan dalam fotografi contohnya adalah kamera. Kamera merupakan salah satu alat yang mutlak harus dipunyai oleh seorang fotografer. Hal ini dilakukan salah satunya untuk menunjukkan identitas mereka sebagai seorang fotografer. Komunitas fotografer ini memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen yang telah menggunakan kamera DSLR merek Canon.

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:
 H₁: Komunitas mahasiswa fotografer berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kamera DSLR merek Canon di Universitas Jember.
 H₂: Komunitas mahasiswa fotografer berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen kamera DSLR merek Canon di Universitas Jember.
 H₃: Keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen kamera DSLR merek Canon di Universitas Jember.

Metode Penelitian

Rancangan Penelitian

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian *confirmatory reseach* yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengkonfirmasi teori. Penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh komunitas mahasiswa fotografer Universitas Jember terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen kamera DSLR merek Canon.

Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder:

1. Data primer
 Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari kuisisioner, kuisisioner yang digunakan terdiri dari pernyataan yang berkaitan dengan komunitas fotografer, keputusan pembelian dan kepuasan konsumen kamera DSLR merek Canon.
2. Data sekunder
 Data sekunder dalam penelitian ini berupa gambaran umum komunitas mahasiswa fotografer, yaitu sebuah

wadah komunitas mahasiswa untuk membentuk suatu komunitas yang akan mengakomodasi kegiatan yang terkait dengan Fotografi.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Jember yang mengambil keputusan membeli dan menggunakan kamera DSLR. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, dengan kriteria :

- a. mahasiswa Universitas Jember yang memiliki kamera DSLR merek Canon.
- b. anggota komunitas mahasiswa fotografer Universitas Jember.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan menggunakan paket program AMOS. Penggunaan CFA memungkinkan peneliti untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, mengkonfirmasi ketepatan model sekaligus menguji pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain. Persamaan penelitian ini adalah:

Tabel 1. Persamaan Struktural Penelitian

No.	Persamaan Struktural Penelitian
1.	$Y_1 = \lambda_{1.1}X_1 + \delta_1$
2.	$Y_2 = \lambda_{2.1}X_2 + \delta_2$
3.	$Y_2 = \lambda_{1.1}X_1 + \beta_{2.1} Y_1 + \delta_3$

Sumber: Hasil Output Amos

Dimana:

λ, β (lamda, beta) : koefisien SEM dan masing-masing variabel
 λ (lamda) : hubungan langsung variabel eksogen terhadap variabel endogen

β (beta) : pengaruh variabel endogen intervening terhadap variabel endogen terikat

δ (error): model error

X_1 : Komunitas fotografer

Y_1 : Keputusan pembelian

Y_2 : Kepuasan konsumen

Hasil Penelitian

Hasil pengujian koefisien jalur disajikan dalam Tabel 2, dan dari model yang sesuai, maka dapat diimplementasikan masing-masing koefisien jalur.

Tabel 2. Pengujian Hipotesis

Variabel	V	E	S	C	P	S	K
	Estimate	Standar error	Critical ratio	Probabilitas error	Standardize estimate		Keterangan
Komunitas Fotografer terhadap Keputusan Pembelian							
$X_1 \rightarrow Y_1$	0,750	0,207	3,616	0,000	0,684	0	T Signifikan
Komunitas Fotografer terhadap Kepuasan Konsumen							
$X_1 \rightarrow Y_2$	0,570	0,273	2,092	0,036	0,479	0	T Signifikan
Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen							
$Y_1 \rightarrow Y_2$	0,611	0,260	2,353	0,019	0,563	0	S Signifikan

Sumber: data diolah

Hasil pengujian hipotesis komunitas fotografer berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Hipotesis 1: komunitas fotografer berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kamera DSLR merek Canon.

Standardized regression weight antara komunitas fotografer dengan keputusan pembelian adalah 0,684 dengan nilai C.R. = 3,616, dan diperoleh probabilitas signifikan (p) sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikan α yang di syaratkan (0,05), dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengaruh tersebut signifikan. Hasil ini memberikan dukungan atas hipotesis pertama pada penelitian ini. 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.

Hasil pengujian hipotesis komunitas fotografer berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Hipotesis 2: Komunitas fotografer berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen kamera DSLR merek Canon. *Standardized regression weight* antara komunitas fotografer dengan kepuasan konsumen adalah 0,479 dengan nilai C.R. = 2,092, dan diperoleh probabilitas signifikan (p) sebesar 0,036 dimana lebih kecil dari taraf signifikan α yang disyaratkan (0,05), dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengaruh tersebut signifikan. Hasil ini memberi dukungan atas hipotesis kedua pada penelitian ini. 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.

Hasil pengujian hipotesis keputusan pembelian berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Hipotesis 3: Keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen kamera DSLR merek Canon. *Standardized regression weight* antara keputusan pembelian dengan kepuasan konsumen adalah 0,563 dengan nilai C.R. = 2,353, dan diperoleh probabilitas signifikan (p) sebesar 0,019 dimana lebih kecil dari taraf signifikan α yang disyaratkan (0,05), dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengaruh tersebut signifikan. Hasil ini mendukung hipotesis ketiga pada penelitian ini. 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.

Pembahasan

Secara garis besar penelitian ini menunjukkan bahwa dari ketiga hipotesis yang diajukan, semua hipotesis dapat diterima. Berikut ini pembahasan mengenai hasil pengujian hipotesis.

Pengaruh Komunitas Fotografer Terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR Merek Canon

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa komunitas fotografer berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam pembelian kamera DSLR merek Canon. Hasil pengujian koefisien jalur menunjukkan bahwa komunitas fotografer berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, berdasarkan pengujian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kesatu dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa dengan semakin baik persepsi terhadap komunitas yang terbentuk akan meningkatkan keputusan pembelian kamera DSLR merek Canon.

Adanya komunitas menjadikan seseorang di dalamnya memiliki kemiripan identitas, yang muncul karena seringnya terjadi komunikasi yang intensif. Identitas merupakan salah satu indikator dari komunitas fotografer. Selanjutnya diantara orang-orang di dalam kelompok tersebut akan saling berbagi informasi dan saling belajar. Seperti dikemukakan Delobelle (dalam Siti, 2010) dalam sebuah komunitas terjadi saling berbagi, komunikasi, kejujuran, transparansi, dan partisipasi. Oleh sebab itu kelompok dan individu di dalamnya bisa mempengaruhi anggota lain dalam membuat keputusan terhadap pembelian suatu barang atau jasa. Ikatan yang terbentuk memiliki pengaruh penting bagi seseorang dalam memilih kamera DSLR merek Canon. Pengaruh yang disebabkan karena lingkungan sekitar termasuk faktor sosial, dimana faktor sosial merupakan salah satu indikator dalam variabel keputusan pembelian.

Pengaruh Komunitas fotografer Terhadap Kepuasan Konsumen Kamera DSLR Merek Canon

Berdasarkan hasil dari masing-masing indikator komunitas fotografer berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. analisis dapat diketahui bahwa komunitas fotografer berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen kamera DSLR merek Canon. Artinya bahwa jika persepsi terhadap komunitas fotografer semakin baik maka akan meningkatkan kepuasan konsumen dalam menggunakan kamera DSLR merek Canon. Hasil pengujian koefisien jalur menunjukkan bahwa komunitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, berdasarkan pengujian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua dapat diterima.

Lovelock dan Wirtz (2011:74) menyatakan bahwa kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Dalam hal ini pengalaman di dapat oleh mahasiswa yaitu melalui aktivitas yang ada pada komunitas fotografer. Aktivitas merupakan salah satu indikator dari komunitas fotografer. Aktifitas yang dilakukan oleh mahasiswa komunitas fotografer mempengaruhi kepuasan yang dirasakan oleh mahasiswa setelah menggunakan kamera DSLR merek Canon. Kepuasan konsumen merupakan fungsi dari pandangan konsumen terhadap kinerja produk serta harapan dari konsumen. Pada komunitas fotografer ada tingkatan anggota yang diantaranya adalah pemula, menengah dan semi-pro, sesuai dengan tingkatan-tingkatan tersebut jenis kamera yang dibutuhkan pun berbeda. Konsumen merasa puas setelah menggunakan kamera DSLR merek Canon sesuai dengan kebutuhannya dan telah mendapatkan manfaatnya. Kepuasan pada manfaat produk

merupakan salah satu indikator dari variabel kepuasan konsumen.

Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen Kamera DSLR Merek Canon

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya bahwa jika keputusan pembelian dipersepsikan semakin baik oleh konsumen maka kepuasan mereka terhadap kamera DSLR merek Canon juga semakin baik. Hasil pengujian koefisien jalur menunjukkan bahwa keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, berdasarkan pengujian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga dapat diterima.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat dijelaskan bahwa konsumen kamera DSLR merek Canon memperoleh kepuasan atas produk yang dibeli karena mereka memperoleh rasa puas setelah mereka melakukan pembelian. Keputusan mereka untuk membeli kamera DSLR merek Canon memberikan manfaat bagi mereka yang pada akhirnya menjadikan mereka memperoleh kepuasan sesuai dengan harapan mereka.

Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa konsumen yang sangat puas biasanya akan tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk yang lama, membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain dan tidak terlalu sensitif terhadap harga. Berdasarkan pendapat tersebut dapat dijelaskan bahwa faktor psikologis mahasiswa dapat mempengaruhi kepuasan pada produk yang dibeli karena mereka memperoleh rasa puas setelah mereka melakukan pembelian. Faktor Psikologis merupakan salah satu indikator dari variabel keputusan pembelian dan kepuasan pada produk merupakan salah satu indikator dari variabel kepuasan konsumen. Keputusan mereka untuk membeli kamera DSLR merek Canon memberikan manfaat bagi mereka yang pada akhirnya menjadikan mereka memperoleh kepuasan sesuai dengan harapan mereka.

Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan Pengaruh Total Antar Variabel

Hasil pengujian pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung dan pengaruh total antar variabel menunjukkan besarnya pengaruh langsung komunitas fotografer terhadap keputusan pembelian sebesar 68,4%, pengaruh langsung komunitas fotografer terhadap kepuasan konsumen sebesar 47,9%, dan pengaruh langsung keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen sebesar 56,3%. Pengaruh tidak langsung komunitas fotografer terhadap kepuasan konsumen sebesar 38,5%.

Hasil perhitungan koefisien jalur tersebut memberikan sebuah gambaran bahwa variabel komunitas fotografer akan meningkatkan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen dengan adanya perantara keputusan pembelian. Tanpa adanya perantara keputusan pembelian pengaruhnya sebesar 68,4% terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan dengan melalui keputusan pembelian pengaruh totalnya meningkat menjadi

86,4% terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian mampu menjadi perantara bagi komunitas fotografer dan kepuasan konsumen kamera DSLR merek Canon.

Kesimpulan dan Keterbatasan Penelitian

Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

Komunitas mahasiswa fotografer Universitas Jember berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kamera DSLR merek Canon. Dari hasil pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa komunitas mahasiswa fotografer Universitas Jember mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Kamera DSLR merek Canon terbukti dari hasil pengujian koefisien jalur ditunjukkan pada hipotesis pertama.

Komunitas mahasiswa fotografer Universitas Jember berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen kamera DSLR merek Canon. Hal ini ditunjukkan pada hasil hipotesis kedua yang menyatakan bahwa komunitas mahasiswa fotografer berpengaruh signifikan terhadap 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 hipotesis ketiga bahwa keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan koefisien jalur yang menunjukkan hipotesis pertama, kedua dan ketiga dapat disimpulkan bahwa pengaruh komunitas fotografer terhadap kepuasan konsumen akan meningkat melalui keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian mampu menjadi perantara bagi komunitas fotografer dan kepuasan konsumen kamera DSLR merek Canon.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu:

Terletak pada penyebaran kuesioner, tidak semua mahasiswa dari tiap fakultas berhasil dijadikan responden, peneliti kesulitan dalam mencari responden mahasiswa yang mempunyai dan menggunakan kamera DSLR merek Canon untuk fakultas farmasi dan program studi ilmu keperawatan sehingga hasil kuesioner yang didapat kurang proporsional

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Komunitas Mahasiswa Fotografer Universitas Jember dan para responden karena telah meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam proses pengumpulan data pada penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Drummond, Helga. 2003. *Pengertian Keputusan Pembelian*. <http://skripsi-manajemen.blogspot.com/2012/12/pengertian-keputusan-pembelian.html> (diakses pada 3 April 2014).
- Kotler dan Keller. 2009. *Pengertian dan Devinisi Kepuasan*. http://pustakabakul.blogspot.com/2013/05/pengertian-dan-definisi-kepuasan_8.html (diakses pada tanggal 24 April 2014).
- Lovelock dan Wirtz (2011:74), dikutip oleh Nur Aisyah, 2010. *Kepuasan* <http://www.nuraisyah.net/2012/07/kepuasan-pelanggan.html> (diakses pada 4 April 2014).
- Oliver. 2001. *Pengertian Kepuasan Konsumen*. <http://ibnuhasanhasibuan.wordpress.com/pengertian-kepuasan-konsumen/> (diakses pada 23 April 2014).
- Wellman, Barry dan Gerard Delanty (2003 : 177). 2012. *Pengertian komunitas sosial*. <http://frontlinerinc.com/2012/02/pengaruh-komunitas-sosial-terhadap-keputusan-pembelian-dan-sikap-terhadap-merek-part-1/> (diakses pada 4 April 2014).
- Zebastianus. 2010. *Sejarah Kamera Canon*. <http://zebastianus.wordpress.com/2010/10/23/sejarah-kamera-%C2%A0canon/> (diakses pada tanggal 2 April 2014).