

UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI



SKRIPSI

**ANALISIS KEPUASAN TERHADAP PENGGUNAAN PRODUK KAMERA
ACTIONCAM MERK GOPRO (STUDI KASUS KOMUNITAS GPROID
REGIONAL BOGOR)**

Diajukan oleh :

**ALPIN HALOMOAN
NIM :1331150007**

**JAKARTA
2017**

LEMBAR PERNYATAAN PENULIS



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PERNYATAAN

Seluruh isi/materi skripsi ini menjadi tanggung jawab penulis sepenuhnya.

Jakarta, Agustus 2017

Penulis

Nama : Alpin Halomoan

NIM : 1331150007

UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

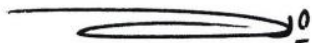
PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Alpin Halomoan
NIM : 1331150007
Program S1 , Jurusan : Ekonomi Manajemen
Peminatan : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : ANALISIS KEPUASAN TERHADAP PENGGUNAAN
PRODUK KAMERA *ACTIONCAM* MERK GOPRO
(STUDI KASUS KOMUNITAS GPROID REGIONAL
BOGOR)

Disetujui dan diterima untuk diajukan kepada sidang ujian pendadaran

Jakarta, 26 Juli 2017

Pembimbing Materi,



(Sautman Sinaga., SE., MM)

Pembimbing Teknis,



(Jonny Siagian., SE., MMA)

UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Alpin Halomoan
NIM : 1331150007
Program Studi : S-1 Manajemen
Peminatan : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : ANALISIS KEPUASAN TERHADAP
PENGUNAAN PRODUK KAMERA
ACTIONCAM MERK GOPRO (STUDI KASUS
KOMUNITAS REGIONAL BOGOR)

Di terima dan di sah kan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Jakarta, Agustus 2017

Panitia Penguji

Sautman Sinaga, SE., MM

(Ketua)

Fenny BNL Tobing, SE., MMA

(Sekertaris)

Dr. Posma S.J.K.Hutasoit, SE., Msi., MSE

(Anggota)

Mengetahui,

Dekan,

Ketua Program Studi,

(Dr. S. Josephine Tobing, SE., MS)

(Dr. Posma S.J.K.Hutasoit, SE., Msi., MSE)

RINGKASAN

ALPIN HALOMOAN, “Analisis Kepuasan Terhadap Penggunaan Produk Kamera *Actioncam* Merk GoPro (studi kasus komunitas GPROID Regional Bogor)”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kepuasan konsumen terhadap penggunaan kamera *actioncam* merk GoPro serta faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen Komunitas GPROID Regional Bogor. Sumber data yang digunakan adalah data *primer* yang diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada seratus responden, juga menggunakan data sekunder yang dikumpulkan melalui studi kepustakaan dan sumber lainnya yang tentunya berkaitan dengan penelitian ini.

Metodologi penelitian yang digunakan untuk menganalisis kepuasan konsumen komunitas GPROID Regional Bogor adalah dengan analisis kualitatif *fishbein* dan menggunakan skala *likert*. Sedangkan untuk analisis kuantitatif dengan menggunakan analisis tingkat kepentingan dan kinerja (*Importance and Performance Analysis*).

Hasil dari penelitian ini adalah nilai sikap senilai 175,6 sebagai tanggapan konsumen komunitas GPROID Regional Bogor berada pada kategori netral terhadap penggunaan kamera *actioncam* merk GoPro yang memiliki nilai maksimum 227,95. Nilai akhir dari analisis *Fishbein* pada penelitian ini hanya sebesar 55,95%.

Saran yang dapat diberikan penulis, merupakan masukan yang harus diperhatikan serta dipertimbangkan bagi perusahaan kamera *actioncam* merk GoPro, untuk peningkatan kualitas produk serta mempertahankan konsumen yang sudah ada. Sebagai produsen asli produk kamera *actioncam* merk GoPro yang pastinya memiliki pesaing, ada beberapa hal yang harus diperbaiki oleh pihak perusahaan produk kamera *actioncam* merk GoPro, terutama untuk atribut yang berada pada kuadran I prioritas utama yaitu kamera *actioncam* merk GoPro memberikan garansi kepada konsumen. Atribut tersebut harus mendapatkan penanganan yang diprioritaskan oleh pihak perusahaan, karena komunitas GPROID Regional Bogor merasa atribut tersebut belum sesuai dengan harapannya. Penulis menyarankan agar perusahaan memberikan garansi kepada konsumen kamera *actioncam* merk GoPro. Pada kuadran II atribut yang harus dipertahankan agar komunitas GPROID Regional Bogor tetap loyal yaitu kamera *actioncam* merk GoPro menghasikan kualitas

memungkinkan untuk diletakkan dimana saja dan manfaat kamera *actioncam* merk GoPro sesuai dengan kualitas,

Jakarta, Agustus 2017

Pembimbing Materi,



(Sautman Sinaga, SE., MM)

Penulis,



(Alpin Halomoan)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya para sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman, amin.

Penulis menyadari akan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu bimbingan dan arahan dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan demi hasil penelitian yang lebih baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. S. Josephine Tobing, SE., MS, selaku Dekan FE-UKI.
2. Bapak Dr. Posma S.J.K Hutasoit, SE., Msi., MSE selaku Ketua Prodi S1 Manajemen FE-UKI.
3. Bapak Sautman Sinaga, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing Materi dan Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan arahan dan bimbingan dalam penelitian ini. Serta telah berbaik hati menyediakan waktu dalam membantu menyusun rencana mata kuliah.
4. Bapak Jonny Siagian, SE., MMA selaku pembimbing teknis yang telah membantu dalam penyusunan skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Seluruh Civitas Akademika FE UKI baik Dosen maupun Karyawan di lingkungan FE.
6. Kedua orangtua tercinta Ayah Muhammad Daud Nasution dan Mama Rosma Dewi Harahap serta adik saya Putri Aulia Nasution yang selalu memberikan doa

dan dukungan baik secara moril maupun materil yang sangat memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Sahabat saya Edmun Surya, Pundi Adi, Bernadt A.P , Rupiko Hayrani, Agustri, Eva Marchelina, Karunia Novi, Mendy Thensya, Krisanta Sumardi, Meysyadamay, Deviana A, Bang Kyrie dan Bang Bram yang selalu setia memberikan motivasi dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada teman-teman seperjuangan Sufriady Simanjuntak, Wira Silaban, Yosua Alberto, Mitch Daniel, Ferdinand Kristo, Adrian Nugraha, Rengga Aditama, Hadi Noviar dan teman-teman angkatan 2013, yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini dan mantan kekasih Tiara Aprianti yang sudah memberikan motivasi, dukungan, dan semangat selama 3 tahun perkuliahan hingga terselesaikan skripsi ini.
9. Kepada semua pihak yang tidak mungkin disebutkan namanya satu persatu yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya semoga segala bantuan yang telah siberikan, sebagai amal soleh senantiasa mendapat Ridho Allah SWT. Penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang memerlukannya. Patut diketahui bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna oleh karena keterbatasan dari penulis baik dari segi akademik maupun dalam teknis penulisan. Oleh karena itu segala kesalahan dari skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis dan bukan para pemberi bantuan. Terimakasih, Allah SWT memberkati kita semua.

Jakarta, Agustus 2017
Penyusun,

Alpin Halomoan

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
RINGKASAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Ruang Lingkup Penelitian	3
D. Tujuan Penelitian	3
E. Manfaat Penelitian	4
F. Sistematika penulisan	4
BAB II URAIAN TEORITIS	
A. Pengertian Pemasaran	6
B. Bauran Pemasaran	7
C. Keputusan Pembelian Konsumen	9
D. Segmentasi	11

E. Perilaku konsumen.....	12
F. Strategi	18
G. Teori Kepuasan Konsumen	19
H. Mempertahankan Pelanggan	21
I. Ukuran Kepuasan Pelanggan	22
J. Kerangka berpikir	24
BAB III METEDOLOGI PENELITIAN	
A. Definisi Operasional Variabel	26
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	26
C. Sumber dan jenis data	27
D. Metode Pengumpulan Data.....	27
E. Penentuan Jumlah Sampel	27
F. Metode Analisis Data.....	28
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Responden.....	33
B. Pengujian Instrumen	35
C. Pengolahan Data	37
D. Mengukur Tingkat Kesesuaian	54
E. Diagram Kartesius	64

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	69
B. Saran	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

TABEL III-1	KONSEP, KONSTRUK DAN PENGUKURAN	26
TABEL III-2	PENILAIAN SKALA LIKERT	29
TABEL IV-3	KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN	33
TABEL IV-4	KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN USIA	33
TABEL IV-5	KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN	34
TABEL IV-6	PENGUJIAN VALIDITAS INSTRUMEN KINERJA.....	35
TABEL IV-7	PENGUJIAN VALIDITAS INSTRUMEN KEPENTINGAN	36
TABEL IV-8	HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS	37
TABEL IV-9	DATA ATRIBUT VARIABEL KINERJA.....	38
TABEL IV-10	PERHITUNGAN SKALA LIKERT – KINERJA	40
TABEL IV-11	PERHITUNGAN SKALA LIKERT BARIS – KINERJA.....	41
TABEL IV-12	ANOVA DATA – KINERJA.....	42
TABEL IV-13	DATA ATRIBUT VARIABEL – KEPENTINGAN	43
TABEL IV-14	PENGHITUNGAN SKALA LIKERT – KEPENTINGAN.....	45
TABEL IV-15	PERHITUNGAN SKALA LIKERT BARIS – KINERJA.....	46
TABEL IV-16	ANOVA DATA – KEPENTINGAN	47
TABEL IV-17	SKOR SKALA LIKERT.....	48
TABEL IV-18	NILAI ATRIBUT DARI VARIABEL KINERJA	48
TABEL IV-19	NILAI ATRIBUT DARI VARIABEL KEPENTINGAN.....	50
TABEL IV-20	KINERJA DAN KEPENTINGAN KEPUASAN KONSUMEN.....	51

TABEL IV-21	EVALUASI KEPUASAN KONSUMEN	52
TABEL IV-22	PENILAIAN KINERJA TERHADAP KAMERA <i>ACTIONCAM</i> MERK GOPRO MENGHASILKAN KUALITAS GAMBAR/VIDEO YANG <i>HIGH QUALITY</i> (KUALITAS TINGGI).....	54
TABEL IV-23	TINGKAT KEPENTINGAN TERHADAP KAMERA <i>ACTIONCAM</i> MERK GOPRO MENGHASILKAN KUALITAS GAMBAR/VIDEO YANG <i>HIGH QUALITY</i> (KUALITAS TINGGI).....	54
TABEL IV-24	PENILAIAN KINERJA TERHADAP PENGOPERASIAN KAMERA <i>ACTIONCAM</i> MERK GOPRO MUDAH DIGUNAKAN	55
TABEL IV-25	TINGKAT KEPENTINGAN TERHADAP KAMERA <i>ACTIONCAM</i> MERK GOPRO MUDAH DIGUNAKAN	55
TABEL IV-26	PENILAIAN KINERJA TERHADAP KAMERA <i>ACTIONCAM</i> MERK GOPRO MEMILIKI FITUR YANG LENGKAP DAN KEGUNAAN YANG JELAS (APLIKASI ANDROID/IPHONE UNTUK MENGONTROL KAMERA GOPRO MELALUI KONEKSI <i>WIFI</i>).....	56
TABEL IV-27	TINGKAT KEPENTINGAN TERHADAP KAMERA <i>ACTIONCAM</i> MERK GOPRO MEMILIKI FITUR YANG LENGKAP DAN KEGUNAAN YANG JELAS (APLIKASI ANDROID/IPHONE UNTUK MENGONTROL KAMERA GOPRO MELALUI KONEKSI <i>WIFI</i>).....	56
TABEL IV-28	PENILAIAN KINERJA TERHADAP KAMERA <i>ACTIONCAM</i> MERK GOPRO MAMPU BERTAHAN PADA GOCANGAN AIR, TEKANAN DAN CUACA EKSTREAM	57
TABEL IV-29	TINGKAT KEPENTINGAN TERHADAP KAMERA <i>ACTIONCAM</i> MERK GOPRO MAMPU BERTAHAN PADA GOCANGAN AIR, TEKANAN DAN CUACA EKSTREAM	57
TABEL IV-30	PENILAIAN KINERJA TERHADAP KAMERA <i>ACTIONCAM</i> MERK GOPRO MEMPUNYAI SENSOR YANG DIDAMPINGI LENSA BERSUDUT PANDANG YANG LEBAR	58
TABEL IV-31	TINGKAT KEPENTINGAN TERHADAP KAMERA <i>ACTIONCAM</i> MERK GOPRO MEMPUNYAI SENSOR YANG DIDAMPINGI LENSA BERSUDUT PANDANG YANG LEBAR	58

TABEL IV-32	PENILAIAN KINERJA TERHADAP BENTUK KAMERA <i>ACTIONCAM</i> MERK GOPRO YANG KECIL MEMUNGKINKAN UNTUK DILETAKKAN DIMANA SAJA	59
TABEL IV-33	TINGKAT KEPENTINGAN TERHADAP BENTUK KAMERA <i>ACTIONCAM</i> MERK GOPRO YANG KECIL MEMUNGKINKAN UNTUK DILETAKKAN DIMANA SAJA	59
TABEL IV-34	PENILAIAN KINERJA TERHADAP KAMERA <i>ACTIONCAM</i> MERK GOPRO MAMPU BERTAHAN DALAM JANGKA WAKTU 2 – 4 TAHUN	60
TABEL IV-35	TINGKAT KEPENTINGAN TERHADAP KAMERA <i>ACTIONCAM</i> MERK GOPRO MAMPU BERTAHAN DALAM JANGKA WAKTU 2 – 4 TAHUN	60
TABEL IV-36	PENILAIAN KINERJA TERHADAP KAMERA <i>ACTIONCAM</i> MERK GOPRO MEMBERIKAN GARANSI KEPADA KONSUMEN	61
TABEL IV-37	TINGKAT KEPENTINGAN TERHADAP KAMERA <i>ACTIONCAM</i> MERK GOPRO MEMBERIKAN GARANSI KEPADA KONSUMEN	61
TABEL IV-38	PENILAIAN KINERJA TERHADAP KEBERADAAN <i>OUTLET</i> KAMERA <i>ACTIONCAM</i> MERK GOPRO SUDAH ADA DIBANYAK TEMPAT	62
TABEL IV-39	TINGKAT KEPENTINGAN TERHADAP KEBERADAAN <i>OUTLET</i> KAMERA <i>ACTIONCAM</i> MERK GOPRO SUDAH ADA DIBANYAK TEMPAT	62
TABEL IV-40	PENILAIAN KINERJA TERHADAP KAMERA <i>ACTIONCAM</i> MERK GOPRO MEMILIKI WARNA YANG CERAH DAN MENARIK	63
TABEL IV-41	TINGKAT KEPENTINGAN TERHADAP KAMERA <i>ACTIONCAM</i> MERK GOPRO MEMILIKI WARNA YANG CERAH DAN MENARIK.....	63
TABEL IV-42	PENILAIAN KINERJA TERHADAP MANFAAT KAMERA <i>ACTIONCAM</i> MERK GOPRO SESUAI DENGAN KUALITAS	64
TABEL IV-43	TINGKAT KEPENTINGAN TERHADAP MANFAAT KAMERA <i>ACTIONCAM</i> MERK GOPRO SESUAI DENGAN KUALITAS	64
TABEL IV-44	TITIK KOORDINAT DIAGRAM KARTESIUS.....	64

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR II-1	KONSEP KEPUASAN PELANGGAN.....	26
GAMBAR III-2	KONSEP DIAGRAM KARTESIUS	31
GAMBAR IV-3	GRAFIK KEPUASAN <i>FISHBEIN</i>	53
GAMBAR IV-4	DIAGRAM KARTESIUS	66