

**SKRIPSI**

**“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN  
KONSUMEN TERHADAP HOTEL PAGARUYUNG DUA  
BATUSANGKAR”**



**OLEH :**

**IRENA**

**73952/2006**

**FAKULTAS EKONOMI  
JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

**2012**

**LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN  
KONSUMEN TERHADAP HOTEL PAGARUYUNG DUA BATUSANGKAR**

Nama : Irena  
BP/NIM : 2006/73952  
Konsentrasi : Perencanaan Pembangunan  
Program Studi : Ekonomi Pembangunan  
Fakultas : Ekonomi

Padang, Januari 2012

Disetujui oleh :

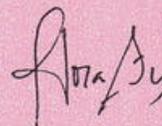
Pembimbing I



Drs. Alianis, M.S

NIP : 19591129 198602 1 001

Pembimbing II

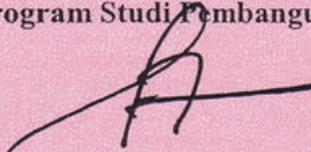


Melti Roza Adry, SE. ME

NIP : 19830505 200604 2 001

Diketahui Oleh :

Ketua Program Studi Pembangunan



Drs. Alianis, M.S

NIP : 19591129 198602 1 001

**PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI**

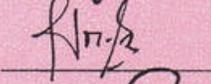
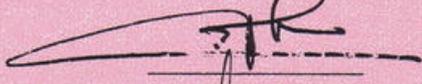
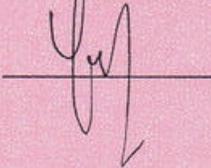
*Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan Didepan Tim Penguji Skripsi Program  
Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Padang*

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN  
KONSUMEN TERHADAP HOTEL PAGARUYUNG DUA BATUSANGKAR**

Nama : Irena  
BP/NIM : 2006/73952  
Konsentrasi : Perencanaan Pembangunan  
Program Studi : Ekonomi Pembangunan  
Fakultas : Ekonomi

Padang, Januari 2012

Tim Penguji

No	Jabatan	Nama	Tanda Tangan
1.	Ketua	Drs. H. Alianis, M.S	
2.	Sekretaris	Melti Roza Adry, SE. ME	
3.	Anggota	Drs. Zul Azhar, M.Si	
4.	Anggota	Yeniwati, SE	

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : IRENA  
NIM/Thn. Masuk : 73952/2006  
Tempat/Tanggal lahir : Parambahan/ 16 Desember1986  
Program Studi : Ekonomi Pembangunan  
Keahlian : Perencanaan Pembangunan  
Fakultas : Ekonomi  
Alamat : Jln. Komp, Pelangi Indah no B.10 Kuranji.  
No. Hp/Telepon : 08569983474  
Judul Skripsi : Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen terhadap Hotel Pagaruyung Dua Batusangkar.

dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis/skripsi saya ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (sarjana), baik di UNP maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusasn, dan pemikiran saya sendiri, tanpa bantuan dari pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali secara eksplisit dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan cara menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini sah apabila telah ditanda tangani Asli oleh Tim Pembimbing, Tim Penguji dan Ketua Program Studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima Sanksi Akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi.

Padang, Januari 2012

Yang Menyatakan,



IRENA  
NIM. 73952/2006

## ABSTRAK

**Irena, 2006-73952.** Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen terhadap Hotel Pagaruyung Dua Batusangkar, di bawah bimbingan Bapak Drs. Alianis, M.si dan Ibuk Melti Roza Adry, S.E, ME.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis : (1) Pengaruh harga kamar terhadap hotel pagaruyung dua batusangkar, (2) Pengaruh harga kamar hotel yoherma (substitusi) terhadap hotel pagaruyung dua batusangkar, (3) Pengaruh pendapatan konsumen terhadap hotel pagaruyung dua batusangkar, (4) Pengaruh selera konsumen terhadap hotel pagaruyung dua batusangkar.

Jenis penelitian ini adalah *deskriptif* dan *asosiatif* yaitu penelitian yang mendeskripsikan variabel penelitian dan menemukan ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dari 150 orang responden dengan teknik pengumpulan data angket. Teknik analisis data adalah deskriptif dan induktif. Analisis induktif terdiri dari Regresi Linear Berganda dan Uji Prasyarat Analisis yaitu Uji Multikolinearitas, Uji Normalitas Sebaran Data, Uji Heterokedastisitas, Koefisien Determinasi, Uji t, Uji F.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa (1) Sewa kamar hotel Pagaruyung Dua Batusangkar ( $X_1$ ) berpengaruh dan tidak signifikan terhadap permintaan konsumen pada hotel Pagaruyung Dua Batusangkar (sig = 0,189) dengan tingkat pengaruh sebesar 0,120 persen. (2) Sewa kamar hotel Yoherma ( $X_2$ ) berpengaruh dan tidak signifikan terhadap permintaan konsumen terhadap hotel Pagaruyung Dua Batusangkar (sig = 0,809) dengan tingkat pengaruh sebesar 0,027. (3) Pendapatan konsumen ( $X_3$ ) Berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan konsumen terhadap hotel Pagaruyung Dua Batusangkar (sig = 0,000) dengan tingkat pengaruh sebesar 6.782 persen.(4) Selera konsumen ( $X_5$ ) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap permintaan konsumen terhadap hotel pagaruyung dua batusangkar (sig = 0,455) dengan tingkat pengaruh sebesar 0.013 persen.(5) Sewa kamar hotel Pagaruyung Dua Batusangkar, sewa kamar hotel Yoherma, pendapatan konsumen, dan selera konsumen secara bersamaan memberikan pengaruh terhadap permintaan konsumen terhadap hotel Pagaruyung Dua Batusangkar (sig = 0,000).

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Serta Salawat beriringan salam tidak lupa Penulis ucapkan kepada Arwah junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing Umatnya dari zaman yang penuh dengan kebodohan ke zaman yang penuh ilmu pengetahuan, sehingga Penulis dapat menuntut ilmu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Skripsi ini Penulis beri judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen terhadap Hotel Pagaruyung Dua Batusangkar”, penulisan skripsi ini bertujuan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuan yang banyak dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak DRS. Alianis, M.Si selaku pembimbing I dalam penulisan skripsi ini yang telah bersedia menuntun dan memberikan masukan-masukan kepada Penulis demi kesempurnaan skripsi ini. Dan kepada Ibu Melti Roza Adry, SE. ME selaku pembimbing II yang juga telah menuntun serta memberikan masukan-masukan yang berguna demi kesempurnaan skripsi ini.

Seiring dengan selesainya penulisan skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

2. Ibu Drs Alianis, M.Si selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, Ibu Novya Zulfa Riani, SE, M. Selaku sekretaris Program Studi Ekonomi Pembangunan yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen penguji (1) Bapak DRs. H. Alianis, M.Si (2) Ibu Melti Roza Adry, S.E. ME. (3) Bapak DRs. Zul Azhar, M.Si (4) Ibu Yeniwti, SE yang telah bersedia menguji dan memberikan masukan dalam penyempurnaan penulisan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen (staf pengajar) dan pegawai tata usaha serta staf ruang baca Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah membantu Penulis selama studi dan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Pimpinan beserta staf yang telah membantu penulis dalam pengambilan data untuk keperluan skripsi ini dan melakukan penelitian.
6. Kedua orang tua Penulis atas do'a dan dukungannya baik moril maupun materil kepada Penulis sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Teman-teman senasib dan seperjuangan, serta rekan-rekan Ekonomi Pembangunan R Angkatan 06 yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini, Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu Penulis mengharapkan kritik dan saran

yang nantinya berguna untuk kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta masukan bagi penelitian selanjutnya. Amin.

Padang, Januari 2012

Penulis

## DAFTAR ISI

### HALAMAN

#### HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x

#### BAB. I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8

#### BAB. II KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

A. Kajian Teori .....	10
1. Teori Utiliti .....	10
2. Prilaku Konsumen .....	13
3. Konsep Teori Permintaan .....	15
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan .....	19
5. Fungsi Permintaan .....	27
B. Temuan Penelitian Sejenis .....	28
C. Kerangka Konseptual.....	29
D. Hipotesis .....	30

#### BAB. III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian .....	32
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	32
C. Populasi dan Sampel.....	32
1. Populasi.....	32
2. Sampel.....	32

D. Jenis data dan Sumber Data .....	33
E. Instrumen dan Uji coba Kuisisioner .....	34
F. Teknik Pengumpulan Data .....	37
G. Defenisi Operasional.....	38
H. Variabel Penelitian .....	40
I. Teknik Analisis Data .....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian.....	49
1. Gambaran umum Objek Penelitian.....	49
a. Keadaan Geografis Kabupaten Tanah Datar.....	49
2. Analisis Deskriptif variabel penelitian .....	50
a. Deskripsi karakteristik responden penelitian.....	50
b. Deskripsi variabel penelitian.....	53
1) Distribusi Variabel Jumlah Permintaan Konsumen (Y) ....	54
2) Distribusi Variabel Sewa Kamar Hotel Pagaruyung Dua Batusangkar ( $X_1$ ) .....	55
3) Distribusi Variabel Sewa Kamar Hotel Yoherma ( $X_2$ ) .....	56
4) Distribusi Pendapatan Konsumen .....	57
5) Distribusi Selera Konsumen .....	58
3. Analisis Induktif .....	62
B. Pembahasan.....	72
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan .....	81
B. Saran.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>86</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>HALAMAN</b>
1. Perkembangan Hotel di Kabupaten Tanah Datar .....	3
2. Jumlah Konsumen yang Menginap Menurut Tingkat Hunian Kerja .....	3
3. Sewa Kamar Hotel Yoherma Utama.....	5
4. Sewa Kamar Hotel Yoherma Biasa .....	5
5. Tabel Hasil Uji Validitas.....	37
6. Karakteristik Umur .....	51
7. Karakteristik Jenis Kelamin .....	52
8. Karakteristik Pekerjaan.....	53
9. Distribusi Frekuensi Variabel Jumlah Permintaan Konsumen.....	54
10. Distribusi Variabel Harga Kamar Hotel Pagaruyung Dua Batusangkar.....	55
11. Distribusi Variabel Harga Kamar Hotel Yoherma .....	56
12. Distribusi Pendapatan Konsumen.....	57
13. Distribusi Frekuensi Variabel Selera .....	59
14. Hasil pengujian multikolinearitas .....	63
15. Hasil uji normalitas .....	64
16. Uji Heterskedastisitas- Gletser.....	65
17. Nilai koefisien regresi linear berganda .....	66
18. Hasil analisis uji R .....	67
19. Hasil uji t.....	69
20. Hasil Uji F.....	72

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Tabel</b>	<b>HALAMAN</b>
21. Kousioner .....	86
22. Hasil Uji Valid .....	89
23. Hasil Uji Dekripsi Variabel.....	90
24. Hasil Uji Normlitas .....	92
25. Hasil Uji Heterokedas tistas.....	93
26. Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	94
27. Tabulasi Data Sampel.....	96
28. Tabulasi Data Penelitian .....	98
29. Tabel T .....	101
30. Tabel F .....	105

## DAFTAR GAMBAR

	<b>HALAMAN</b>
Gambar 1 : Budget Line .....	12
Gambar 2 : Derivasi Kurva Permintaan .....	15
Gambar 3 : Kurva Permintaan Konsumen dan Perubahan Harga .....	17
Gambar 4 : Efek Substitusi.....	21
Gambar 5 : Pergeseran Permintaan Konsumen dan Perubahan Permintaan. ....	25
Gambar 3 : Kerangka Konseptual .....	30

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Sektor Pariwisata merupakan komoditas unggulan dengan alasan bahwa di Kabupaten Tanah Datar merupakan pusat kebudayaan orang minangkabau dan merupakan salah satu tujuan wisata di Sumatera Barat. Ditinjau dari tujuan berwisata maka dapat diartikan para wisatawan yang datang ke Sumatera Barat akan singgah di Kabupaten Tanah Datar yang lebih populer dengan "Luhak Nan Tuo", dimana objek wisata yang dikunjungi adalah adanya prasasti-prasasti, panorama, rumah adat pagaryung, tempat pemandian, dan lain-lain.

Para wisatawan yang datang dari luar kota ke Tanah Datar pada umumnya menginap di tempat mereka kunjungi adapun dengan sengaja mereka menginap di hotel. Tempat penginapan merupakan suatu hal yang sangat memegang peranan penting dalam kepuasan pengunjung suatu daerah. Penginapan merupakan awal dari pengembangan pariwisata yang kemudian disusul oleh fasilitas lain, fasilitas penginapan ini adalah tempat-tempat dimana orang yang melakukan perjalanan menjadi seorang tamu yang disajikan berbagai pelayanan. Dengan pelayanan yang diberikan diharapkan dapat memberikan kepuasan pengunjung selama berada dalam daerah tersebut. Tingkat kepuasan wisatawan merupakan suatu keberhasilan bagi daerah tujuan wisata.

Menurut Dinas Pariwisata, hotel merupakan suatu usaha yang menggunakan bangunan yang khusus disediakan, dimana setiap orang dapat

menginap dan makan serta memperoleh pelayanan dan fasilitas lainnya dengan pembayaran. Dewasa ini pembangunan hotel-hotel berkembang dengan pesat, apakah itu pendirian hotel- hotel baru atau pengadaan kamar- kamar pada hotel- hotel yang ada. Fungsi hotel bukan saja sebagai tempat menginap untuk tujuan wisata namun juga untuk tujuan lain seperti menjalankan kegiatan bisnis, mengadakan seminar, atau sekedar untuk mendapatkan ketenangan. Perhotelan memiliki peran sebagai penggerak pembangunan daerah, perlu dikembangkan secara baik dan benar sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, Pendapatan Asli Daerah (PAD), penyerapan tenaga kerja serta perluasan usaha.

Dalam beberapa tahun belakangan ini perusahaan perhotelan menjadi salah satu sektor yang cukup memberikan sumbangan terhadap peningkatan perekonomian yang seirama dengan kemajuan teknologi, komunikasi, dan informasi seperti halnya perusahaan perhotelan disamping menampung tenaga kerja juga memberikan layanan dan fasilitas dalam menumbuh kembangkan perekonomian seperti memberikan kemudahan dalam memperoleh tempat penginapan bagi orang yang datang dari manapun baik bermaksud untuk melakukan kunjungan bisnis maupun pergi berlibur ke tempat wisata.

Hotel di Tanah Datar sangat perlu ditingkatkan karena wisatawan banyak mengunjungi objek wisata sehingga mereka membutuhkan tempat penginapan. Menyikapi kondisi yang demikian, saya sebagai peneliti mengambil hotel Pagaruyung Dua dan Subsitusi Hotel Yoherma.

Perkembangan sektor perhotelan di Tanah Datar dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Berdasarkan jenisnya, tipe hotel diantaranya hotel berbintang, hotel melati, dan hotel wisma, seperti yang terlihat pada tabel 1.

**Tabel 1. Perkembangan Hotel di Kabupaten Tanah Datar.**

Tahun	Jumlah Hotel	Jumlah Kamar	Jumlah tempat tidur
2006	5	127	268
2007	6	167	347
2008	7	152	330
2009	7	161	306
2010	8	180	369

*Sumber : Dinas Kebudayaan Dan pariwisata Kabupaten Tanah Datar 2011*

Dari tabel 1 di atas dapat dilihat usaha perhotelan dari tahun ke tahun cenderung meningkat, tahun 2010 mengalami peningkatan yaitu jumlah kamar 180 dan jumlah tempat tidur 369 sedangkan pada tahun sebelumnya jumlah kamar 161 dan jumlah tempat tidur 306. Jumlah hotel semakin meningkat dari tahun ke tahun, Meningkatnya usaha Perhotelan ini mungkin disebabkan karena jumlah wisatawan yang datang semakin bertambah sehingga permintaan semakin banyak yang menginap karena banyaknya tempat wisata yang mereka kunjungi.

**Tabel 2. Jumlah Konsumen yang Menginap menurut Tingkat Hunian Perpekerjaan**

Tahun	Jumlah Orang Menginap ( tahun )	Perkembangan (%)
2006	3343	-
2007	3379	1,07
2008	4761	40,89
2009	3325	-30.17
2010	3285	-1.21

*Sumber : Hotel Pagaruyung Dua Batusangkar 2011.*

Tabel 2 memperlihatkan bahwa dari tahun ke tahun jumlah orang yang menginap mengalami peningkatan sampai tahun 2008 yaitu 4761 dengan perkembangannya 40,89 persen, sedangkan tahun 2009 mengalami penurunan yaitu 3325 jumlah orang yang menginap dengan perkembangan jumlah orang yang menginap – 30,17 persen disebabkan karena sewa kamar meningkat sehingga konsumen yang datang berkurang, terjadinya gempa mengakibatkan konsumen takut menginap di hotel dan meninggalkan rumah Namun pada tahun 2010 mengalami peningkatan dari tahun 2009.

Sewa kamar hotel Pagaruyung Dua dari berbagai macam tipe kamar memiliki harga yang berbeda, pada tahun 2006 sewa kamar dengan tipe yang berbeda sama sampai tahun 2008. Pada tahun 2010 mengalami peningkatan yaitu kamar mandahiling Rp. 165.000, Melayu Rp. 275.000, Pangian Rp. 330.000, Suite room Rp. 715.000 sedangkan pada tahun sebelumnya kamar Mandahiling Rp. 150.000, Melayu Rp. 250.000, Pagian Rp. 300.000, dan Suite room Rp. 650.000, dengan meningkatnya harga kamar tersebut maka konsumen memilih hotel yang lebih murah yaitu hotel Yoherma.

Sewa kamar hotel Yoherma lebih murah dari hotel Pagaruyung Dua yaitu Rp. 100.000, dengan fasilitas 2 singel bed dan kenyamanan yang tidak lengkap seperti hotel Pagaruyung Dua. Peningkatan sewa kamar hotel Pagaruyung Dua disebabkan karena dari tahun ke tahun fasilitas yang diberikan sangat lengkap dari sebelumnya serta kenyamanan yang memuaskan.

Hotel Yoherma memiliki fasilitas setiap kamar dilengkapi kamar mandi, kamar utama dilengkapi Televisi 14” dan Exhaust Fan serta Aula atau Ruang

Pertemuan dengan Kapasitas  $\pm$  100 orang peserta. Dapat kita lihat pada tabel di bawah ini harga sewa kamar hotel Yoherma.

**Tabel 3. Harga kamar Utama \_ Televisi**

Jenis	No Kamar	Lantai	Fasilitas	Tarif
Utama 1	3	II	4 Singel Bed	Rp. 175.000
	24	II	Dobel + Singel Spring Bed	
	25	II	Dobel + Singel Spring Bed	
Utama 2	2	II	3 Singel Bed	Rp. 155.000
	4	II	3 Singel Bed	
	22	II	3 Singel Bed	
	34	III	3 Singel Bed	
	35	III	3 Singel Bed	
	5	II	2 Singel Bed	
Utama 3	9	I	Singel Dobel Bed	
	23	II	2 Singel Bed	

*Sumber : Hotel Yoherma 2011*

**Tabel 4. Harga Kamar Biasa.**

Jenis	No. Kamar	Lantai	Fasilitas	Tarif
Kelas 1	21	II	3 Singel Bed	Rp. 125.000
	30	II	3 Singel Bed	
Kelas 2	20	II	Dobel + Singel Bed	Rp. 115.000
	28	II	Dobel + Singel Bed	
	29	II	Dobel + Singel Bed	
	26	II	2 Singel Bed	
	27	II	2 Singel Bed	
	31	II	2 Singel Bed	
Kelas 3	32	II	2 Singel Bed	Rp. 100.000
	33	II	2 Singel Bed	
	36	III	2 Singel Bed	
	37	III	2 Singel Bed	
	38	III	2 Singel Bed	
	39	III	2 Singel Bed	

*Sumber : Hotel Yoherma 2011*

Berdasarkan survey awal yang dilakukan terhadap konsumen di hotel pagaruyung dua dengan tujuan konsumen berekreasi dimana tipe kamar yang dihuni paling banyak yaitu Melayu, Pangian dan Mandahiling, serta rata-rata pendapatan konsumen berkisar Rp. 1.500.000-4.000.0000, maka konsumen memilih kamar dengan harga yang sesuai dengan pendapatan mereka, yang mana digambarkan pada tabel 5.

**Tabel 5. Pekerjaan, Pendapatan, dan Tipe kamar yang sering di huni konsumen**

<b>Responden</b>	<b>Pekerjaan</b>	<b>Pendapatan (bulan)</b>	<b>Tipe kamar</b>
1	Pengawai	Rp. 2.500.000	Melayu
2	Wiraswasta	Rp. 1.500.000	Mandahiling
3	Wiraswasta	Rp. 1.000.000	Mandahiling
4	Pengawai	Rp. 3.000.000	Pangian
5	Pengawai	Rp. 2.500.000	Pangian
6	Wiraswasta	Rp. 1.000.000	Mandahiling
7	Wiraswasta	Rp. 1.200.000	Mandahiling
8	Pengawai	Rp. 2.500.000	Melayu
9	Pengawai	Rp. 3.000.000	Pangian
10	Wiraswasta	Rp. 1500.000	Melayu

*Sumber : Survey konsumen di hotel Pagaruyung Dua Batusangkar*

Kamar Mandahiling yang sewa kamarnya sangat terjangkau dan paling banyak dihuni oleh pekerjaan wiraswasta dimana pendapatan berkisar Rp 1.000.000-1.500.000. Kamar Melayu dan Pangian memiliki sewa kamar yang tidak jauh berbeda sehingga banyak dihuni oleh pengawai, dimana pendapatan pengawai berkisar Rp. 2.000.000-3.000.000.

Selera terdiri dari pelayanan dan fasilitas, maka pada umumnya banyak para wisatawan yang menginap di hotel pagaruyung dua dari pada di Hotel Bougenville karena hotel Pagaruyung Dua memiliki fasilitas yang lengkap serta pelayanan yang cukup, sopan, dan lain-lain. Fasilitas yang lengkap tersebut adalah

adanya tempat rekreasi yaitu bermacam-macam fasilitas yang lebih dikenal dengan waterpark, fasilitas lainnya adalah adanya restoran, lapangan tenis, kolam renang, dan laundry.

Melihat kepada uraian diatas dimana adanya hubungan perbandingan antara permintaan konsumen terhadap hotel yang ada di tanah datar. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Terhadap Hotel Pagaruyung Dua Batusangkar”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Sejauhmana pengaruh sewa kamar terhadap permintaan konsumen di Hotel Pagaruyung Dua.
2. Sejauhmana pengaruh sewa kamar hotel Yoherma terhadap permintaan konsumen di Hotel Pagaruyung Dua.
3. Sejauhmana pengaruh pendapatan terhadap permintaan konsumen di Hotel Pagaruyung Dua .
4. Sejauhmana pengaruh selera konsumen terhadap permintaan konsumen di Hotel Pagaruyung Dua.
5. Sejauhmana pengaruh sewa kamar hotel Pagaruyung Dua, sewa kamar hotel Yoherma, pendapatan konsumen dan selera konsumen secara bersama-sama terhadap permintaan konsumen di Hotel Pagaruyung Dua.

### **C. Tujuan penelitian**

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Pengaruh sewa kamar terhadap permintaan konsumen di Hotel Pagaruyung Dua.
2. Pengaruh sewa kamar Yoherma sebagai barang substitusi terhadap permintaan konsumen di Hotel Pagaruyung Dua.
3. Pengaruh pendapatan konsumen terhadap permintaan konsumen di Hotel Pagaruyung Dua.
4. Pengaruh selera konsumen terhadap permintaan Konsumen di Hotel Pagaruyung Dua.
5. Pengaruh harga sewa kamar Hotel Pagaruyung Dua, harga sewa kamar Yoherma, pendapatan konsumen dan selera konsumen secara bersama-sama terhadap permintaan konsumen di Hotel Pagaruyung Dua.

### **D. Manfaat penelitian**

Dengan melakukan penelitian masalah maka terdapat beberapa manfaat yang dapat berguna bagi penulis yaitu sebagai berikut :

1. Bagi penulis, penelitian ini sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Prodi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Bagi pembaca dan peneliti berikutnya dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi untuk penelitian berikutnya,
3. Sebagai pengembangan ilmu terutama ilmu ekonomi pembangunan, ilmu ekonomi mikro.

4. Sebagai bahan masukan bagi pemerintah Daerah Kabupaten Tanah datar terutama dalam mengevaluasi kebijakan dalam memberikan kemudahan usaha perhotelan di Sumatera Barat.

## BAB II

### KAJIAN TEORI DAN KERANGKA KONSEPTUAL

#### A. Kajian Teori

##### 1. Teori Utiliti ( teori nilai guna)

###### *a. Teori utiliti ( teori nilai guna ) : teori tingkah laku*

Teori tingkah laku konsumen dapat di bedakan dalam dua macam pendekatan : pendekatan nilai guna ( utiliti kardinal ) dan pendekatan nilai guna kardinal. Dalam pendekatan nilai guna kardinal dianggap manfaat atau kenikmatan yang diperoleh seorang konsumen dapat dinyatakan secara kuantitatif. Dalam pendekatan nilai guna ordinal, manfaat atau kenikmatan yang diperoleh masyarakat dari mengkonsumsi barang-barang tidak dikuantifikasi.

Nilai guna atau utiliti adalah dalam teori ekonomi kepuasan atau kenikmatan yang diperoleh seseorang dari mengkonsumsi barang-barang. Teori nilai guna dibedakan atas 2 : (1) nilai guna total, (2) nilai guna marginal.

1. Nilai guna total adalah jumlah seluruh kepuasan yang diperoleh dari mengkonsumsi sejumlah barang tertentu.
2. Nilai guna marginal yaitu pertambahan (atau pengurangan) kepuasan sebagai akibat dan pertambahan (pengurangan) penggunaan satu unit barang tertentu.

Menurut Sukirno (2003:152) hipotesis utama teori nilai guna, atau lebih dikenal sebagai hukum nilai guna marginal yang semakin menurun, menyatakan bahwa tambahan nilai guna yang akan diperoleh seseorang dari mengkonsumsi suatu barang akan menjadi semakin sedikit apabila orang tersebut terus menerus menambah konsumsinya ke atas barang tersebut.

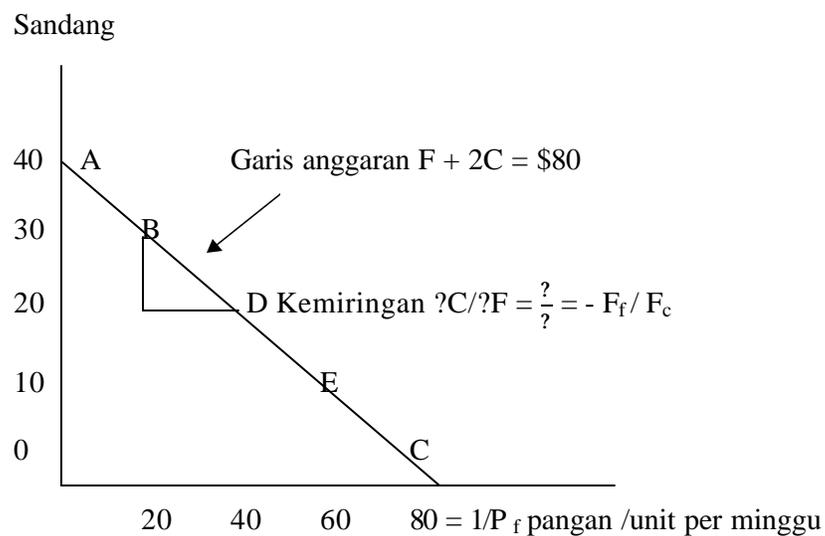
Dengan menggunakan teori nilai guna dapat diterangkan sebabnya kurva permintaan bersifat menurun dari kiri atas ke kanan bawah yang menggambarkan bahwa semakin rendah harga suatu barang, semakin banyak permintaan ke atasnya. Ada 2 faktor yang menyebabkan permintaan ke atas suatu barang berubah sekiranya harga barang itu mengalami perubahan efek penggantian dan efek pendapatan

#### ***b. Budget Line***

Menurut Pindyck dan Rubinfeld (2003:78) garis anggaran adalah Garis anggaran yang menunjukkan berbagai gabungan barang-barang yang dapat dibeli oleh sejumlah pendapatan tertentu. Untuk melihat bagaimana kendala anggaran membatasi pilihan konsumen, dapat dicontohkan pada seorang konsumen yang mempunyai pendapatan tetap ( $I$ ), yang dapat dibelanjakan untuk sandang ( $C$ ), dan pangan ( $F$ ). harga masing-masing barang itu dinyatakan dengan  $P_F$  dan  $P_C$ . Harga masing-masing barang itu dinyatakan dengan  $P_F$  dan  $P_C$ . maka  $P_F F$  (yaitu harga pangan kali jumlahnya) adalah jumlah uang yang dibelanjakan untuk pangan dan  $P_C C$  adalah jumlah uang yang dibelanjakan untuk sandang. Jadi, kombinasi antara pangan dan sandang dapat dituliskan sebagai berikut :

$$P_f F + P_c C = 1 \quad \dots\dots\dots (1)$$

Gambar 1 di bawah ini, menggambarkan garis anggaran untuk pasar. Ketika mengorbankan satu unit sandang maka akan menghemat sebesar \$2 sehingga dapat membeli satu unit pangan dengan harga \$21, jadi jumlah yang diserahkan untuk pangan sepanjang garis anggaran haruslah sama dimanapun juga. Akibatnya, garis anggaran merupakan garis lurus dari titik A ke titik G. Untuk keadaan yang khusus ini, persamaan garis anggaran adalah  $F + 2C = \$80$ .



**Gambar 1. Budget line**

Gambar 1 menggambarkan perpotongan garis anggaran yang dinyatakan oleh keranjang pasar A, yang mana sementara bergerak melalui garis tersebut dari keranjang pasar A ke keranjang pasar G, konsumen membelanjakan lebih sedikit untuk pangan dan lebih banyak untuk sandang.

Garis anggaran konsumen menggambarkan kombinasi barang yang dapat dibeli bila diketahui pendapatan konsumen dan harga dari barang

tersebut. Garis AG (yang melewati titik-titik B,D dan E) menunjukkan anggaran dari pendapatan \$80, harga pangan  $P_f = \$1$  per unit dan harga sandang  $P_c = \$2$  per unit. Kemiringan garis anggaran dengan mudah terlihat bahwa tambahan sandang yang harus dilepaskan untuk mengkonsumsi tambahan satu unit pangan adalah perbandingan harga pangan terhadap harga sandang ( $\$1/\$2 = 1/2$ ). Karena sandang harganya \$2 per unit, sedangkan pangan hanya \$1 per unit,  $1/2$  unit sandang harus dilepaskan untuk mendapatkan 1 unit pangan.

Berdasarkan penjelasan diatas kita telah melihat bahwa garis anggaran tergantung pada pendapatan dan harga barang  $mP_f$  dan  $P_c$ .

## 2. Prilaku konsumen

Menurut Pindyck dan Rubinfeld (2003:64) teori prilaku konsumen mendeskripsikan tentang bagaimana konsumen mengalokasikan pendapatan diantara barang-barang dan jasa yang berbeda-beda untuk memaksimumkan kesejahteraan mereka dimana prilaku konsumen dapat dipahami melalui 3 langkah

- 1) Preferensi Konsumen : langkah pertama adalah menemukan cara yang prktis untuk menggambarkan alasan-alasan orang lebih suka satu barang daripada barang la in.
- 2) Kendala Anggaran : langkah kedua adalah menyadari adanya kenyataan bahwa konsumen mempunyai keterbatasan pendapatan yang membatasi jumlah barang yang dapat mereka beli.
- 3) Pilihan-pilihan Konsumen : langkah ketiga adalah mengetahui preferensi dan keterbatasan pendapatan mereka, konsumen memilih untuk membeli kombinasi barang-barang yang memaksimumkan kepuasan mereka.

Menurut Sukirno (2003:159) perilaku konsumen pada hakikatnya berarti perbedaan diantara kepuasan yang diperoleh seseorang di dalam mengkonsumsi sejumlah barang dengan pembayaran yang harus dibuat untuk memperoleh barang tersebut.

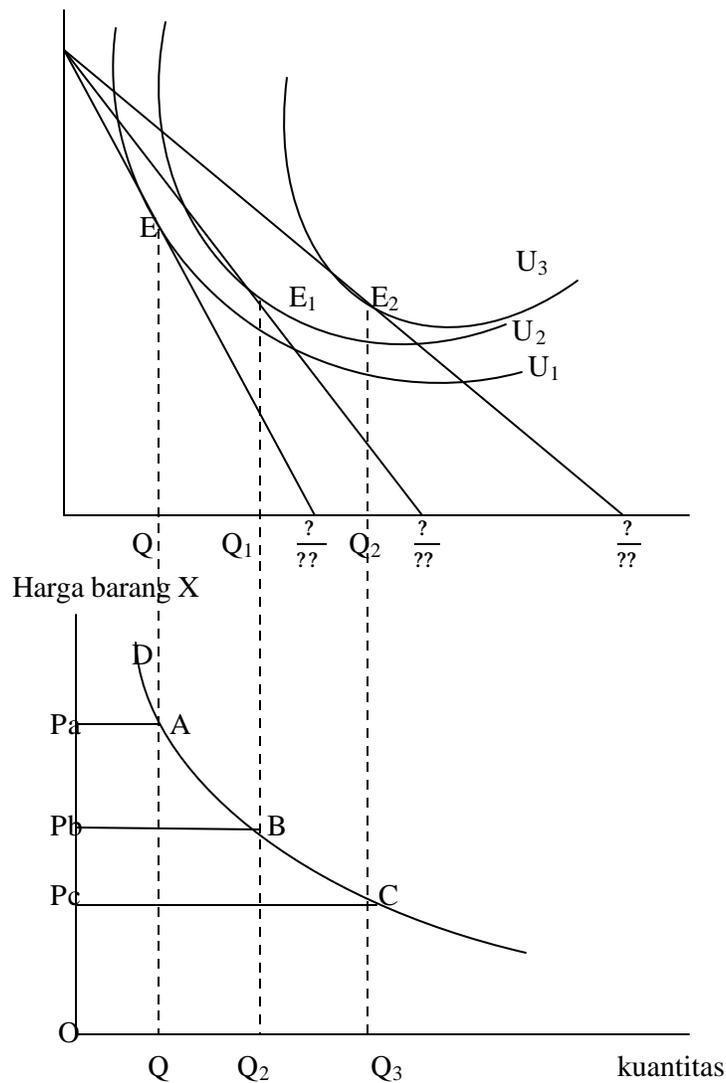
Menurut Pyndyck dan Rubinfeld (2003: 106) kurva kombinasi-harga adalah kurva yang menunjukkan kombinasi utilitas maksimal dari dua barang karena harga satu barang berubah. Dari kurva kombinasi dapat diderivasi kurva permintaan seorang konsumen hal ini dapat dilihat pada gambar 2.

Pendapatan konsumen misalnya tetap sebesar  $Y$  dan pada permulaannya harga barang  $Y$  adalah  $P_y$  dan pada harga  $X$  adalah  $P_a$ . Dengan demikian pada permulaannya garis anggaran pengeluaran konsumen tersebut. Garis  $a$  menyinggung kurva kepuasan sama  $U_1$  di titik  $E$ , oleh karena itu jumlah barang  $X$  yang dikonsumsi adalah  $Q$  unit. Seterusnya misalkan pendapatan dan harga barang  $Y$  tidak mengalami perubahan tetapi harga barang  $X$  menurun dan sekarang telah menjadi  $P_b$ . Dengan perubahan ini maka garis anggaran pengeluaran ditunjukkan oleh garis  $b$ , ia singgung kurva kepuasan sama  $U_2$  di titik  $E_1$ .

Keseimbangan ini menggambarkan bahwa barang  $X$  yang dikonsumsi telah meningkat menjadi  $Q_1$  unit. Misalkan penurunan lebih lanjut berlaku atas harga barang  $X$  yaitu sekarang harganya adalah  $P_c$ , penurunan harga ini menggeser lagi garis anggaran pengeluaran menjadi garis  $c$ . Kurva kepuasan sama  $U_3$  di singgung oleh garis  $c$  di titik  $E_2$  yang

menunjukkan bahwa perubahan atas jumlah barang X yang dibeli dan dikonsumsi.

Harga barang X



**Gambar 2. Derivasi kurva permintaan**

### 3. Konsep Teori Permintaan

Menurut Sukirno (2005:75) teori permintaan menerangkan tentang ciri-ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Ia juga mengungkapkan bahwa hukum permintaan menjelaskan suatu sifat

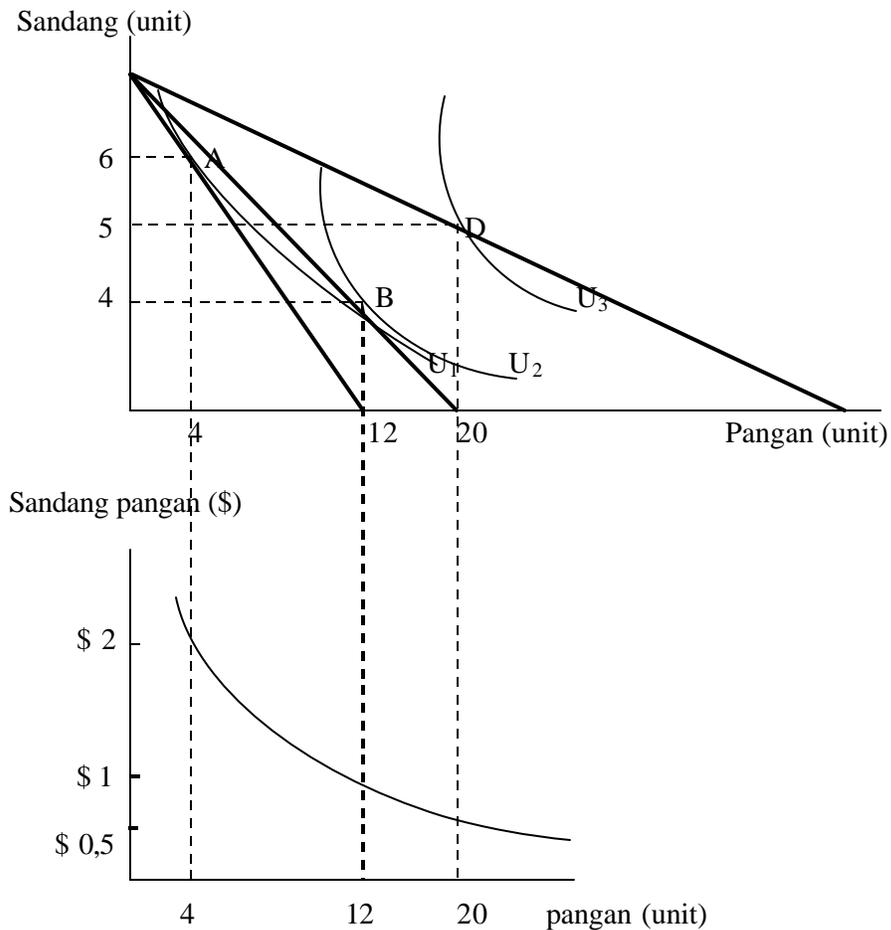
perkaitan antara barang dengan harganya, dimana hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesa yang menyatakan bahwa semakin rendah harga suatu barang, semakin banyak permintaan atas barang tersebut, dan sebaliknya jika harga suatu barang semakin tinggi maka semakin sedikit permintaan akan barang tersebut.

Dalam Sudarsono ( 2006:76 ) mengatakan makin rendah harga sesuatu barang makin banyak permintaan ke atas barang tersebut, sebaliknya makin tinggi harga sesuatu barang, makin sedikit permintaan ke atas suatu barang. Jadi kenaikan harga menyebabkan jasa pembeli mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti ke atas barang yang mengalami kenaikan harga.

Menurut Pindyck dan Rubinfeld (2003:105) permintaan terbagi dalam dua jenis yaitu permintaan perorangan dan permintaan pasar. Permintaan perorangan adalah berbagai jumlah dari suatu barang tertentu yang hendak dibeli oleh konsumen pada kemungkinan tingkat harga pada waktu tertentu.

Dalam teori permintaan dimana permintaan seseorang atau sesuatu masyarakat kepada sesuatu barang akan ditentukan oleh banyak faktor. Di antara factor-faktor tersebut adalah : a) harga barang itu sendiri, b) harga barang lain yang berkaitan erat dengan barang tersebut, c) pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat, d) corak individu pendapatan dalam masyarakat, e) cita rasa masyarakat, f) jumlah penduduk, g) ramalan mengenai keadaan di masa yang akan datang.

Menurut Pindyck dan Rubinfeld (2003:106) kurva permintaan perorangan berkaitan dengan jumlah suatu barang yang akan di beli oleh seorang konsumen untuk harga barang tersebut. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada kurva permintaan berikut



**Gambar 3. Kurva Permintaan Konsumen dan perubahan Harga**

Gambar 3 di atas menunjukkan pilihan-pilihan konsumsi yang dibuat seseorang ketika mengalokasikan sejumlah pendapatan tetap antara dua barang selagi harga pangan berubah. Mula-mula harga pangan \$1, harga sandang \$2, dan pendapatan konsumen tetap, pilihan konsumsi yang

memaksimalkan utilitas adalah pada gambar (a), disini konsumen membeli 12 unit pangan dan 4 unit sandang yang mencapai tingkat utilitas  $U_2$ .

Kemudian pada gambar (b) menunjukkan hubungan antara pangan dan jumlah permintaan sedangkan sumbu horizontal mengukur jumlah pangan yang dikonsumsi dan sumbu vertikal mengukur harga pangan. Titik B dan G saling bersesuaian, pada titik G harga pangan \$1 dan konsumen membeli 12 unit pangan. Misalnya harga pangan menjadi \$2 maka gambar (a) menunjukkan garis yang lebih curam sebelumnya, harga pangan yang relatif lebih mahal telah menambah curam budget line sehingga saat ini konsumen hanya memiliki utilitas maksimum pada titik A, dengan kurva indifference  $U_1$  dan menurunkan daya beli konsumen akan pangan menjadi 4 unit dan sandang 6 unit.

Sedangkan ketika harga pangan turun menjadi \$0,5 maka kecuraman budget line berkurang jauh yang menyebabkan utilitas maksimum yang lebih tinggi pada titik D dan kurva indifference  $U_3$  sehingga saat ini dengan harga pangan \$0,5 akan mendapatkan 20 unit pangan dan 5 unit sandang.

Berdasarkan teori-teori di atas dapat disimpulkan bahwa permintaan adalah semakin tinggi harga suatu barang maka permintaan akan semakin berkurang sebaliknya jika semakin rendah harga suatu barang maka permintaan akan meningkat.

## **5.Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan**

### **a. Harga barang itu sendiri**

Menurut Sukirno (2004:76) dalam hukum permintaan dijelaskan sifat hubungan antara permintaan suatu barang dengan tingkat harganya. Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan : makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. Jumlah permintaan dan harga memiliki sifat hubungan seperti itu disebabkan : pertama, karena kenaikan harga menyebabkan para pembeli mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti terhadap barang yang mengalami kenaikan harga. Sebaliknya, apabila harga turun maka orang mengurangi pembelian terhadap barang lain yang sama jenisnya dan menambah pembelian terhadap barang yang mengalami penurunan harga. Kedua, kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil para pembeli berkurang. Pendapatan yang merosot tersebut memaksa para pembeli untuk mengurangi pembeliannya terhadap berbagai jenis barang, dan terutama barang yang mengalami kenaikan harga.

Hubungan diatas disebabkan karena kenaikan harga yang menyebabkan para pembeli mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti barang yang mengalami kenaikan harga, sebaliknya apabila harga barang turun maka orang mengurangi pembelian terhadap barang lain yang sama jenisnya dan menambah pembelian terhadap barang yang mengalami penurunan harga. Yang kedua, kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil para pembeli berkurang yang akan

memaksa para pembeli mengurangi pembeliannya terhadap barang yang mengalami peningkatan harga tersebut.

#### **b. Harga barang substitusi**

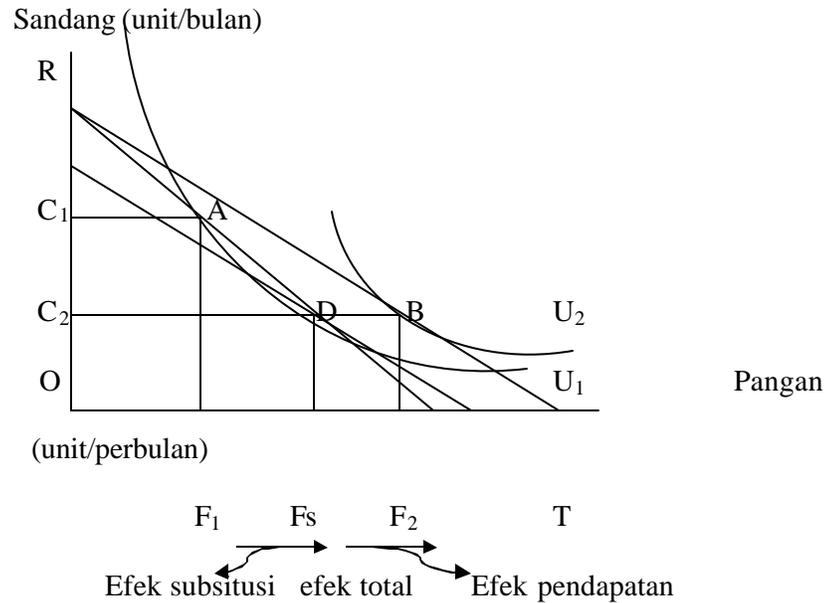
Jika barang lain yang berkaitan mengalami penurunan maka orang akan memilih barang tersebut daripada barang yang akan dibeli, Pindyk dan Rubinfeld (2003:113) menyatakan dua barang disebut sebagai substitusi jika kenaikan pada harga yang mengakibatkan kenaikan jumlah permintaan untuk yang lain sedangkan dua barang dikatakan komplement jika kenaikan pada harga satu barang mengakibatkan penurunan pada jumlah permintaan untuk orang lain.

##### *1) efek substitusi*

Menurut Nicholson (2001:95) perubahan yang sama dapat terjadi karena harga barang substitusi mengalami kenaikan maka barang tersebut akan relatif murah dan akan dibeli dalam jumlah yang lebih banyak. Pada dua barang yang memiliki fungsi yang sama, jika naik salah satu harga barang maka akan menyebabkan permintaan akan barang lain menjadi lebih meningkat.

Menurut Pindyk dan Rubinfeld (2003:115) efek substitusi adalah perubahan dalam kondisi suatu barang tersebut dengan tingkat utilitas yang tetap sedangkan efek pendapatan adalah perubahan dalam konsumsi sebuah barang akibat naiknya daya beli dengan harga relatif

tetap konstan efek substitusi dan efek pendapatan dapat kita lihat melalui gambar berikut:



**Gambar 4. Efek substitusi**

Penurunan mula-mula ada di A pada garis anggaran RS. Ketika harga pangan jatuh konsumsi sebesar  $F_1F_2$  efek substitusi  $F_1-E$  (diasosiasikan dengan gerakan dari A ke D) mengubah harga relative pangan dan sandang tetap menjaga supaya pendapatan riil (kepuasan) konstan. Efek pendapatan  $E-F_2$  (diasosiasikan dengan gerakan dari D ke B) menjaga supaya harga relative konstan tetapi meningkatkan daya beli.

Menurut Sukirno (2002:80) mengatakan bahwa hubungan antara sesuatu barang dengan berbagai jenis-jenis barang lainnya dapat

dibedakan kepada tiga golongan, yaitu (i) barang lain itu merupakan pengganti, (ii) barang lain itu merupakan pelengkap, (iii) kedua barang tidak mempunyai kaitan sama sekali (barang netral).

Maksud barang pengganti adalah jika terjadi peningkatan harga suatu barang dan barang lain yang bisa menggantikan fungsi barang tersebut tidak mengalami peningkatan harga, maka besar kemungkinan orang akan meminta barang yang tidak terjadi peningkatan tersebut.

Berdasarkan teori di atas dapat disimpulkan bahwa jika terjadi suatu barang dan barang lain yang bisa menggantikan fungsi barang tersebut tidak mengalami peningkatan harga, maka besar kemungkinan orang akan meminta barang tersebut tidak mengalami peningkatan harga, maka besar kemungkinan orang yang tidak terjadi peningkatan harga tersebut.

### **c. Pendapatan konsumen**

Pendapatan adalah uang yang diterima oleh seseorang yang berguna untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dimana dapat diukur dengan jangka waktu tertentu masa perhari, perminggu, perbulan, ataupun pertahun

Menurut Case dan Fair (2003:159) adalah perubahan harga mempengaruhi rumah tangga, apabila sebuah rumah tangga tetap membeli jumlah yang persis sama untuk barang dan jasa, setelah harganya turun, rumah tangga itu akan memiliki sisa pendapatan. Pendapatan ekstra itu bisa saja dibelanjakan untuk produk yang harganya

telah turun, yang sekarang disebut barang X, ataupun produk lainnya. Perubahan konsumsi X akibat perbaikan kemakmuran itu disebut efek pendapatan karena perubahan harga.

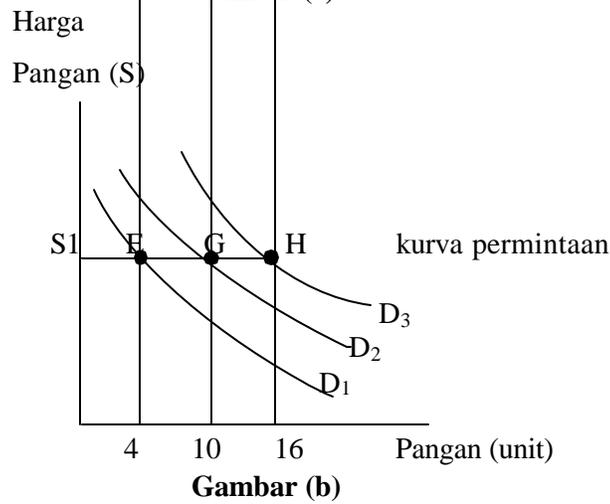
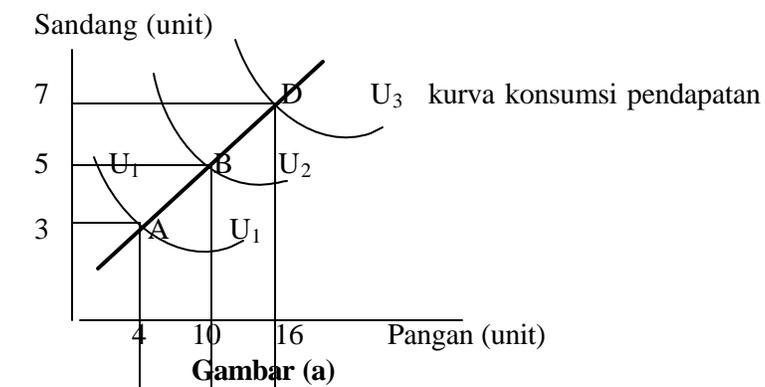
Segala sesuatunya terjadi sebaliknya bila harga naik, *ceteris paribus*. Kenaikan harga membuat rumah tangga - rumah tangga kurang makmur. Apabila pendapatan dan harga - harga lain tidak berubah, membelanjakan uang yang akan sama mendapatkan sedikit barang, dan rumah tangga akan terpaksa membeli jumlah yang kecil. Itu merupakan efek pendapatan.

Selain itu, apabila harga produk naik, produk itu secara relatif menjadi lebih mahal dibandingkan dengan calon - calon substitusinya, dan rumah tangga tersebut cenderung menggantinya dengan barang lain. Itu merupakan efek substitusi.

Menurut Pindyck dan Rubinfeld (2003:109) untuk perubahan pendapatan, dapat di analisis dengan cara hampir sama dengan perubahan harga. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada kurva permintaan berikut dimana terdapat unsur perubahan pendapatan.

Gambar 5 menjelaskan kurva permintaan  $D_1$  adalah kurva yang melukiskan pendapatan tetap, jika diasumsikan harga tetap maka titik E merupakan titik normal konsumsi serta utilitas maksimal terdapat pada titik A dengan 3 sandang dan 4 pangan. Namun jika terjadi peningkatan pendapatan konsumen maka kurva permintaan akan bergeser ke kanan pada titik G yaitu garis  $D_2$ , sehingga utilitas maksimal saat ini berada

pada titik  $U_2$  sehingga konsumen mampu membeli 10 unit pangan dan 5 unit sandang. Jika terjadi peningkatan pendapatan lagi maka utilitas maksimal terdapat pada titik D dan kurva permintaan bergerak ke kanan pada titik H yaitu pada garis  $D_3$ , sehingga konsumen dapat memiliki 16 unit pangan dan 7 sandang, sebagaimana dapat dilihat dalam gambar dibawah ini.



**Gambar 5. Pergeseran permintaan konsumen dan perubahan pendapatan**

Menurut Sukirno (2009:81) berdasarkan sifat perubahan permintaan yang berlaku apabila pendapatan berubah maka barang dibagi menjadi 4 bagian:

1. *Barang Inferior*

Barang inferior adalah barang yang banyak diminta oleh orang-orang yang berpendapatan rendah. Jadi kalau pendapatan bertambah tinggi maka permintaan terhadap barang inferior akan berkurang.

Contoh: ubi kayu akan diganti oleh beras jika pendapatan naik.

2. *Barang Esensial*

Barang esensial perubahan pendapatan tidak akan mengurangi atau menambah permintaan terhadap barang esensial.

Barang esensial yaitu barang kebutuhan pokok (Sembako).

3. *Barang Normal*

Suatu barang dinamakan barang normal apabila dia mengalami kenaikan dalam permintaan sebagai akibat dari kenaikan pendapatan

Contoh: televisi, atau peralatan rumah tangga.

4. *Barang Mewah*

Jenis barang ini dibeli apabila orang berpendapatan menengah ke atas atau tinggi.

Contoh: motor, mobil.

**d. Selera**

Menurut William A. McEachern (2001) ekonom mengasumsikan bahwa selera sebagai sesuatu yang ada begitu saja dan relative stabil, sehingga tiap orang mungkin saja mempunyai selernya sendiri tetapi selera individual tidak dalam keadaan berubah yang terus menerus.

Untuk lebih yakinnya, selera atas beberapa produk memang berubah sepanjang waktu (sebagai contoh, sepatu boot untuk kerja dan naik gunung menggantikan sepatu lari sebagai alas kaki yang disukai para mahasiswa), tetapi ekonom percaya bahwa selera cukup stabil

sehingga bahwa selera cukup stabil sehingga mereka dapat menggunakannya sebagai dasar studi tentang hubungan antara harga dan jumlah yang diminta. Jika selera tidak cukup stabil, maka kita tidak dapat membuat asumsi dalam analisis permintaan bahwa “hal lain diasumsikan tetap”.

Menurut Case dan Fair (2005:130) perubahan harga suatu barang mengubah batasan yang membatasi secara paksa pilihan rumah tangga dan itu bisa juga mengubah seluruh alokasi pendapatan. Saat membuat pilihan, rumah tangga itu benar-benar menimbang dan membandingkan barang atau jasa yang dipilihnya dengan semua barang lain yang dapat dibeli dengan uang yang sama. Karena itulah selera konsumen sangat mempengaruhi jumlah permintaan konsumen terhadap barang dan jasa. Selain itu selera konsumen ini dapat dipengaruhi oleh harga, pendapatan, kualitas barang tersebut dan kepuasan atau manfaat yang diperoleh oleh konsumen dalam mengonsumsi barang.

Menurut Sukirno (2003:8) cita rasa makanan masyarakat (selera konsumen) memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan masyarakat untuk membeli barang-barang dimana didesak oleh kebutuhan-kebutuhan atau keinginannya dalam menentukan jenis barang dan jasa yang hendak mereka konsumsi. Jadi selera konsumen sangat mempengaruhi jumlah permintaan konsumen terhadap barang dan jasa. Selain itu selera konsumen ini dapat dipengaruhi juga oleh harga,

pendapatan, kualitas barang tersebut dan kepuasan atau manfaat yang diperoleh oleh konsumen dalam mengonsumsi barang dan jasa.

Menurut Pindyck dan Rubinfeld (2003:64), untuk memahami perilaku konsumen dalam memilih barang dan jasa dapat dilakukan melalui 3 langkah :

1. *Preferensi Konsumen*, adalah menemukan cara yang praktis untuk menggambarkan alasan-alasan orang lebih suka suatu barang daripada barang yang lain.
2. *Kendala Anggaran*, artinya konsumen mempunyai keterbatasan pendapatan yang membatasi jumlah barang yang dapat mereka beli.
3. *Pilihan-pilihan Konsumen*, yaitu konsumen memilih untuk membeli barang yang memaksimalkan kepuasan mereka.

#### **e. Ekspetasi**

Perubahan-perubahan yang diramalkan mengenai keadaan pada masa akan datang dapat mempengaruhi permintaan. Ramalan para konsumen bahwa harga-harga akan bertambah tinggi pada masa depan akan mendorong mereka untuk membeli lebih banyak pada masa kini, untuk menghemat pengeluaran pada masa yang akan datang. Sebaliknya, ramalan bahwa lowongan kerja akan bertambah sukar diperoleh dan kegiatan ekonomi akan mengalami resesi, akan mendorong orang lebih berhemat dalam pengeluarannya dan mengurangi permintaan (Sukirno,2009:82).

## **6. Fungsi permintaan**

Fungsi permintaan adalah suatu fungsi permintaan yang menunjukkan bahwa permintaan suatu barang ditentukan oleh suatu barang itu sendiri dengan asumsi ceteris paribus. Fungsi tersebut dapat ditulis sebagai berikut :

$$Q = f (P) \dots\dots\dots (2.1)$$

Menurut Sukirno (2000:76), berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan seperti yang telah dibahas di atas. Berdasarkan faktor-faktor permintaan secara matematis dapat ditulis dalam bentuk :

$$Q = f (P, P_s, Y, S) \dots\dots\dots (2.2)$$

Dimana :

- Q= Jumlah Barang yang diminta
- P= Harga barang itu sendiri
- P<sub>s</sub>= Harga barang substitusi
- Y = Pendapatan Konsumen
- S = Selera

## B. Temuan Penelitian Sejenis

Sebagai acuan dalam penelitian ini, maka dapat dilihat penelitian sejenis yang ada sebelumnya. Diantaranya yaitu Musrianto (2006) dalam skripsinya yang berjudul “faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kamar hotel Berbintang di Sumatera Barat” yang meneliti faktor penentu permintaan kamar hotel berbintang di Sumatera barat. Dalam penelitian ini Musrianto menyimpulkan bahwa harga, barang substitusi, jumlah wisatawan asing dan jumlah wisatawan dalam negeri di Sumatera Barat berpengaruh signifikan terhadap jumlah Permintaan kamar hotel berbintang Sumatera Barat, pada  $\alpha = 5\%$  dengan sumbangan 95,70 persen.

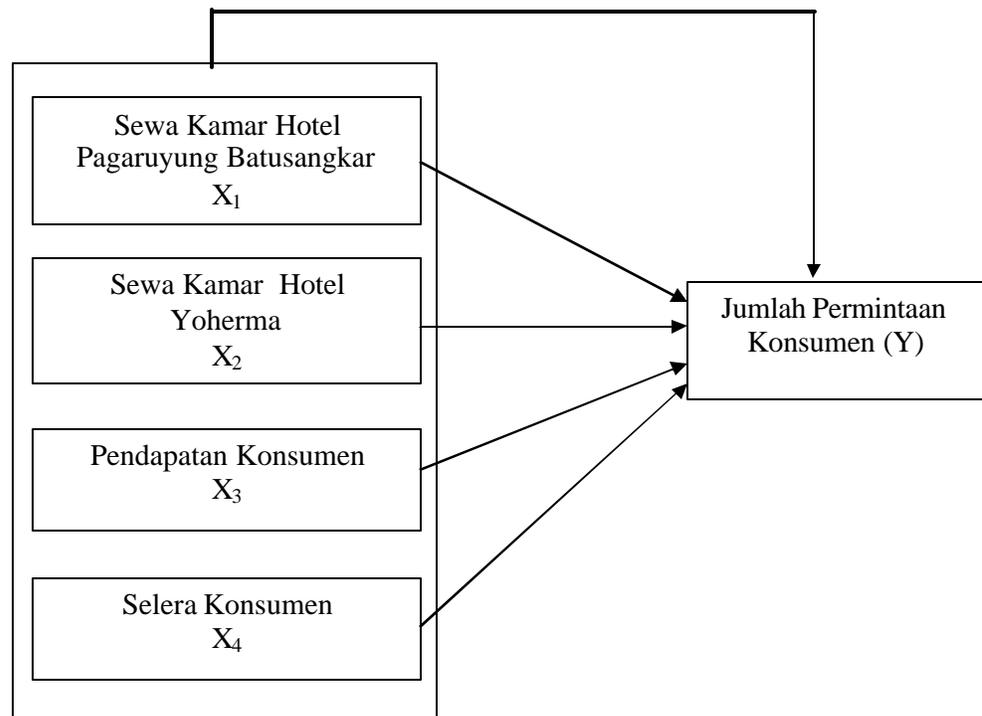
Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah variabel yang digunakan dan tempat penelitian, dimana variabelnya yaitu pendapatan dan selera dimana penelitiannya dilakukan di hotel Pagaruyung Dua Kab. Tanah Datar sedangkan variabel yang sebelumnya jumlah wisatawan asing dan jumlah wisatawan luar asing, tempat penelitiannya di Hotel Berbintang di Sumatera Barat.

### **C. Kerangka Konseptual**

Dari latar belakang masalah dan kajian teori di atas, lebih lanjut akan dirumuskan kerangka konseptual yang dimaksudkan untuk menjelaskan, mengungkapkan dan keterkaitan antara variabel yang akan diteliti. Berdasarkan teori yang telah dikemukakan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap hotel Pagaruyung Dua Batusangkar menyatakan bahwa adanya pengaruh antara sewa kamar hotel Pagaruyung Dua Batusangkar ( $X_1$ ), sewa kamar hotel Yoherma ( $X_2$ ), dan pendapatan konsumen ( $X_3$ ), dan selera konsumen ( $X_4$ ) terhadap jumlah permintaan kamar ( $Y$ ).

Sewa kamar hotel Pagaruyung Dua Batusangkar ( $X_1$ ) berpengaruh negatif terhadap jumlah permintaan konsumen ( $Y$ ). Jika harga meningkat maka jumlah permintaan konsumen akan berkurang. Sebaliknya jika harga turun maka jumlah permintaan konsumen terhadap hotel akan meningkat. Sedangkan  $X_2$  sewa kamar hotel Yoherma sebagai barang substitusi dari hotel Pagaruyung Dua berpengaruh positif terhadap permintaan konsumen di hotel Pagaruyung Dua.

Pendapatan konsumen ( $X_3$ ) berpengaruh positif terhadap jumlah permintaan konsumen. Berarti semakin tinggi pendapatan konsumen maka semakin tinggi permintaan konsumen terhadap kamar hotel Pagaruyung Dua. Sebaliknya, jika semakin rendah pendapatan konsumen maka semakin rendah permintaan konsumen. Selera konsumen ( $X_4$ ) berpengaruh positif terhadap permintaan kamar hotel Pagaruyung Dua Batusangkar. Dari hal tersebut di atas dapat dibuat kerangka konseptual sebagai berikut:



**Gambar 6.** Kerangka konseptual faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap hotel Pagaruyung Dua Batusangkar.

#### D. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan sewa kamar terhadap permintaan konsumen di Hotel Pagaruyung Dua Batusangkar,

$$H_0 : \mathbf{b1} = 0$$

$$H_a : \mathbf{b1} \neq 0$$

2. Terdapat pengaruh yang signifikan sewa kamar hotel Yoherma terhadap permintaan konsumen di Hotel Pagaruyung Dua Batusangkar,

$$H_0 : \mathbf{b2} = 0$$

$$H_a : \mathbf{b2} \neq 0$$

3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara pendapatan konsumen terhadap permintaan konsumen di Hotel Pagaruyung Dua Batusangkar ,

$$H_0 : \mathbf{b3} = 0$$

$$H_a : \mathbf{b3} \neq 0$$

4. Terdapat pengaruh yang signifikan selera konsumen terhadap permintaan konsumen di Hotel Pagaruyung Dua Batusangkar.

$$H_0 : \mathbf{b4} = 0$$

$$H_a : \mathbf{b4} \neq 0$$

5. Terdapat pengaruh yang signifikan antara sewa kamar hotel, sewa hotel Yoherma, pendapatan konsumen, selera konsumen secara bersama-sama terhadap permintaan kamar Hotel Pagaruyung Dua Batusangkar.

$$H_0 : \mathbf{b1} = \mathbf{b2} = \mathbf{b3} = \mathbf{b4} = 0$$

$$H_a : \text{salahsatu} \mathbf{b} \neq 0$$

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan dapat disimpulkan:

1. Sewa kamar hotel Pagaruyung Dua Batusangkar ( $X_1$ ) berpengaruh negatif yang tidak signifikan terhadap permintaan konsumen pada hotel Pagaruyung Dua ( $\text{sig} = 0,189$ ) dengan tingkat pengaruh sebesar 0,120 persen. Semakin tinggi sewa kamar hotel Pagaruyung Dua maka semakin tinggi jumlah permintaan konsumen terhadap hotel Pagaruyung Dua. Sebaliknya semakin rendah sewa kamar hotel Pagaruyung Dua maka semakin rendah permintaan konsumen terhadap hotel Pagaruyung Dua.
2. Sewa kamar hotel Yoherma ( $X_2$ ) berpengaruh positif yang tidak signifikan terhadap permintaan konsumen terhadap hotel Pagaruyung Dua Batusangkar ( $\text{sig} = 809$ ) dengan tingkat pengaruh sebesar 0,027 persen dengan asumsi *ceteris paribus*. Semakin tinggi harga kamar hotel Yoherma maka semakin tinggi permintaan konsumen terhadap hotel Pagaruyung Dua Batusangkar. Sebaliknya semakin rendah harga kamar hotel Yoherma maka semakin rendah permintaan konsumen terhadap hotel Pagaruyung Dua Batusangkar.
3. Pendapatan konsumen ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan konsumen terhadap hotel Pagaruyung Dua Batusangkar ( $\text{sig} = 0,000$ ) dengan tingkat pengaruh sebesar 6.782

persen dengan asumsi *ceteris paribus*. Semakin tinggi pendapatan konsumen maka semakin tinggi permintaan konsumen terhadap hotel Pagaruyung Dua Batusangkar. Sebaliknya semakin rendah pendapatan konsumen maka semakin rendah permintaan konsumen terhadap hotel Pagaruyung Dua.

4. Selera konsumen ( $X_5$ ) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap permintaan konsumen terhadap hotel Pagaruyung Dua Batusangkar (sig = 0,455) dengan tingkat pengaruh sebesar 0.013 persen dengan asumsi *ceteris paribus*. Semakin tinggi selera konsumen maka semakin tinggi permintaan konsumen terhadap hotel Pagaruyung Dua Batusangkar. Sebaliknya semakin rendah selera konsumen maka semakin rendah permintaan konsumen terhadap hotel Pagaruyung Dua.
5. Sewa kamar hotel Pagaruyung Dua Batusangkar, sewa kamar hotel Yoherma, pendapatan konsumen, dan selera konsumen berpengaruh signifikan terhadap permintaan konsumen di hotel Pagaruyung Dua Batusangkar (sig 0,000 <  $\alpha$  0,05). Sumbangan secara bersama-sama antara Sewa kamar hotel Pagaruyung Dua Batusangkar, sewa kamar hotel Yoherma, pendapatan konsumen, dan selera konsumen terhadap hotel Pagaruyung Dua Batusangkar adalah sebesar 50,8 persen dan selebihnya 49,2 persen dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

## B. Saran

1. Dengan terdapatnya pengaruh yang signifikan antara pendapatan konsumen terhadap hotel Pagaruyung Dua Batusangkar, disarankan kepada hotel Pagaruyung Dua Batusangkar dapat menyesuaikan sewa kamar hotel Pagaruyung Dua Batusangkar dengan pendapatan konsumen sehingga terjangkau oleh kemampuan konsumen sehingga dengan itu dapat meningkatkan permintaan konsumen terhadap hotel Pagaruyung Dua Batusangkar.
2. Bagi peneliti lain yang tertarik untuk meneliti judul yang sama, dengan melihat *Adjusted R Square* penelitian ini yang masih rendah maka peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya agar dapat menambahkan variabel lain seperti jumlah wisatawan asing, jumlah wisatawan dalam negeri, dan kelompok acuan dalam penelitian yang akan dilakukan.
3. Bagi peneliti lain yang tertarik untuk meneliti judul yang sama, dengan melihat dari segi letaknya hotel Yoherma termasuk hotel melati sedangkan hotel Pagaruyung Dua Batusangkar termasuk hotel berbintang satu dimana hotel Yoherma dengan hotel Pagaruyung Dua letaknya sangat berjauhan, maka peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya tipe hotel sebaiknya harus sejenis.

4. Disarankan kepada pemerintah Kabupaten Tanah Datar sebaiknya perhotelan di Kabupaten Tanah Datar ditingkatkan dari segi harga dan fasilitas sehingga masyarakat tertarik untuk menginap dihotel karena fasilitas yang memadai.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akhirmen. 2005. *Buku Ajar Statistika 1*. Padang: FE UNP.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- BPS. 2009. Daftar Nama, Alamat, dan Fasilitas Akomodasi.
- Fair, Ray C dan Karl E.Case. 2003. *Prinsip-prinsip ekonomi mikro*. Jakarta.  
————— 2005. *Prinsip-prinsip ekonomi mikro*. Jakarta.
- Gujarati, Damodar N. 2003. *Ekonometrika Dasar*. Jakarta : Erlangga.  
————— 2004. *Ekonometrika Dasar*. Jakarta : Erlangga.
- Idris. 2010. *Aplikasi Model Analisis Data Kuantitatif dengan Program SPSS*. Padang: FE UNP.
- Kiki Aditya. 2010. *Analisis faktor-faktor yang paling dominan mempengaruhi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP dalam Membeli Laptop ACER*. UNP. Skripsi
- Musrianto. 2003. *Faktor – faktor yang mempengaruhi permintaan kamar hotel*. UNP. Skripsi.
- McEarchern, William A. 2001. *Ekonomi Mikro*. Salemba Empat.
- Nachrowi, Moh. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta. Ghalia Indonesia.
- Nicholson. Walter. 2001. *Teori Ekonomi Mikro*. Penerjemah Deliarnov. Jakarta PT.Rajagrafindo Persada.
- Pindyck, Robert S. dan Daniel L. Rubinfeld. 2003. *Mikro Ekonomi*. Jakarta:PT.Indeks .
- Sukirno, Sadono. 2000. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta :PT.Raja Grafindo Persada.  
————— 2002. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta:PT.Raja Grafindo Persada.