

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM  
MEMBELI HANDPHONE BEKAS MEREK NOKIA  
DI KOTA PADANG**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S1) Pada Program Studi Ekonomi Pembangunan  
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*



Oleh :

**SANDHY YUWANA**  
**BP. 2004/61147**

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2010**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM  
MEMBELI HANDPHONE BEKAS MEREK NOKIA  
DI KOTA PADANG**

**Nama : Sandhy Yuwana**  
**BP/NIM : 2004/61147**  
**Keahlian : Perencanaan Pembangunan**  
**Prodi : Ekonomi Pembangunan**  
**Fakultas : Ekonomi**

Padang, Mei 2010

**Disetujui oleh :**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Drs. Akhirmen, M.S**  
**NIP. 19621105 198703 1 002**

**Novya Zulva Riani, SE, MSi**  
**NIP. 19711104 20050111002**

**LEMBARAN PENGESAHAN**

**SEMINAR PROPOSAL**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN  
HANDPHONE BEKAS MEREK NOKIA  
DI KOTA PADANG**

Nama : SANDHY YUWANA  
BP/NIM : 2004/61147  
Konsentrasi : Perencanaan Pembangunan  
Program Studi : Ekonomi Pembangunan  
Fakultas : Ekonomi

Disetujui Oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Akhirmen, M.S  
NIP : 19621105 198703 1 002

Novya Zulva Riani, SE, M.S  
NIP : 19711104 2005012 001

## ABSTRAK

**Sandhy Yuwana, 2004-61147.** Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Membeli Handphone Bekas Merek Nokia di Kota Padang, dengan dosen Pembimbing I Bapak Drs. Akhirmen, M.Si dan Pembimbing II Ibuk Novya Zulva Riani, SE, M.S.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis : (1) Pengaruh harga *Handphone* bekas Nokia terhadap permintaan *Handphone* bekas Nokia, (2) Pengaruh harga Substitusi *Handphone* bekas Samsung terhadap permintaan *Handphone* bekas Nokia, (3) Pengaruh pendapatan terhadap permintaan *Handphone* bekas Nokia, (4) Pengaruh jumlah tanggungan terhadap permintaan *Handphone* bekas Nokia, (5) Pengaruh pendapatan, jumlah tanggungan, harga, dan harga substitusi secara bersama-sama terhadap permintaan *Handphone* bekas di Kota Padang.

Jenis penelitian ini adalah *ex post facto* yaitu mempelajari data lapangan yang di duga mempengaruhi dan sekaligus sebagai karakteristik permintaan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang berdomosili di Kota Padang. Selanjutnya dilakukan penarikan sampel dengan menggunakan *aksidental sampling*, sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 (seratus) orang responden. Jenis data adalah sekunder dan primer, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan mengumpulkan data dari BPS dan dari responden penelitian yang dikumpulkan melalui angket/kuisisioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis induktif, yang terdiri atas Regresi Berganda (*Multi Regression*), Uji t, Uji F dengan  $\alpha = 0,05$ .

Hasil penelitian ini secara parsial : (1) Harga *Handphone* bekas merek Nokia berpengaruh signifikan terhadap permintaannya ( $\text{sig} = 0,016 < \alpha 0,05$ ) dengan tingkat pengaruh sebesar 0,362. (2) Harga *Handphone* bekas merek Samsung berpengaruh signifikan terhadap permintaan *Handphone* bekas merek Nokia ( $\text{sig} = 0,016 < 0,05$ ) dengan tingkat pengaruh sebesar 0,357. (3) Pendapatan tidak berpengaruh terhadap permintaan *Handphone* bekas merek Nokia ( $\text{sig} = 0,237 > \alpha 0,05$ ) dengan tingkat pengaruh sebesar 3,586. (4) Jumlah tanggungan tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan *Handphone* bekas merek Nokia ( $\text{sig} = 0,923 < \alpha 0,05$ ) dengan tingkat pengaruh sebesar -0,037. (5) Secara bersama-sama harga *Handphone* bekas merek Nokia, harga *Handphone* bekas merek Samsung, pendapatan, dan jumlah tanggungan berpengaruh signifikan terhadap permintaan *Handphone* bekas merek Nokia di Kota Padang dengan nilai Uji F = 3,511 > F tab = 2,465 dengan sumbangan variabel  $X_1, X_2, X_3$  dan  $X_4$  secara bersama-sama terhadap Y sebesar 12,9%.

Disarankan agar distributor memperhatikan kualitas dari *Handphone* bekas merek Nokia. Distributor harus menjaga kepercayaan dari konsumen, dengan pendapatan yang dimiliki konsumen harus mempertimbangkan keinginan untuk membeli *Handphone* bekas merek Nokia dan masyarakat yang memiliki jumlah tanggungan yang banyak harus kembali memperhitungkan kemampuan untuk membeli *Handphone* bekas merek Nokia.

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kehadirat 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 Konsumen Dalam Membeli Handphone Bekas Merek Nokia di Kota Padang”, 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. Akhirmen, 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 Novya Zulva Riani, S.E, M.Si 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 Prof. Dr. Syamsul Amar B, M.S selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, beserta Staff dan Karyawan yang telah memberikan kemudahan dalam administrasinya.
2. Ibu Dr. Sri Ulfa Sentosa, M.S selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, Bapak Drs. Akhirmen Bus, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan kemudahan dalam proses administrasinya.
3. Bapak dan ibu dosen penguji (1) Drs. Akhirmen, M.Si (2) Ibu Novya Zulva Riani, S.E, M.Si (3) Ibu Dra. Hj. Mirna Tanjung, M.S (4) Bapak Drs. Zul Azhar M.Si 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. Kedua orang tua Penulis atas do'a dan dukungannya baik moril maupun materil kepada Penulis sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Teman-teman senasib dan seperjuangan, serta rekan-rekan Ekonomi Pembangunan NR Angkatan 04 yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
7. 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, Oktober 2010

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	
<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>LAMPIRAN</b> .....	ix
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Pembatasan Masalah .....	6
D. Perumusan Masalah .....	7
E. Tujuan Penelitian .....	7
F. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II. KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Teori .....	9
1. Konsep dan Teori Permintaan.....	9
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan .....	18
a. Harga.....	21
b. Pendapatan Perkapita .....	22
c. Jumlah Tanggungan .....	25
d. Konsep Selera.....	26
e. Konsep Harga Substitusi.....	27
3. Elastisitas .....	29
4. Spesifikasi Model Fungsi Permintaan.....	32

B. Temuan Penelitian Sejenis .....	34
C. Kerangka Konseptual .....	35
D. Hipotesis.....	37
<b>BAB III. METODELOGI PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian.....	39
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	39
C. Populasi dan Sampel .....	39
D. Jenis Dan Variabel .....	41
E. Variabel-Variabel Penelitian.....	42
F. Definisi Operasional .....	43
G. Instrumen Dan Uji Coba Kuisisioner.....	45
a. Uji Validitas .....	47
b. Uji Reliabilitas .....	48
H. Teknik Analisis Data .....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian .....	55
1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	55
2. Karakteristik Responden.....	56
3. Analisis Deskripsi Variabel Penelitian.....	59
4. Analisis Inferensial.....	66
B. Pembahasan.....	75
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan .....	85
B. Saran.....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Perkembangan Jumlah Penjualan Handphone .....	4
2. Penjualan Handphone Bekas di Kota Padang .....	40
3. Skala Likert .....	45
4. Skala Likert .....	46
5. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	46
6. Distribusi Frekuensi Umur Responden .....	57
7. Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin .....	58
8. Distribusi Frekuensi Pekerjaan .....	59
9. Distribusi Frekuensi Skor Variabel Harga Handphone Bekas Nokia (X1)	60
10. Distribusi Frekuensi Skor Variabel Harga Handphone Bekas Samsung (X2)	61
11. Distribusi Frekuensi Pendapatan (X3) .....	63
12. Distribusi Frekuensi Jumlah Tanggungan (X4) .....	64
13. Distribusi Frekuensi Permintaan Handphone Bekas Merek Nokia (Y) .....	65
14. Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
15. Hasil Uji Normalitas dengan One-sample Kolmogrof-Smirnov.....	67
16. Hasil Uji Heterokedastisitas .....	68
17. Nilai Koefisien Regresi Linear Berganda .....	69
18. Hasil Uji t .....	72
19. ANOVA .....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kurva Permintaan Statis dan Dinamis .....	12
2. Kurva Permintaan.....	20
3. Kerangka Konseptual .....	37

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Tabel Regresi

Tabel Uji Normalitas dengan One-sample Kolmogrof-Sminov

Tabel Heterokedastisitas

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Pada masa globalisasi dan seiring dengan berjalannya waktu dan majunya ilmu pengetahuan dan teknologi, maka pola pikir, sikap dan perilaku konsumen juga ikut berubah. Konsumen yang dulunya hanya menggunakan telepon rumah, kini mulai beralih menggunakan telepon seluler (HP). Dimana telepon mempunyai banyak keunggulan dibandingkan dengan telepon rumah. Hal ini akan mendorong perusahaan penyedia jasa layanan telekomunikasi untuk dapat mengambil peluang baru agar keinginan dan kebutuhan konsumen yang belum dapat terpenuhi.

Pada hakekatnya seseorang membeli suatu produk baik itu barang ataupun jasa, bukanlah hanya sekedar ingin memiliki produk tersut. Tetapi, seseorang membeli suatu barang atau jasa pada umumnya karena barang atau jasa tersebut dapat memberikan manfaat bagi para konsumen.

Berdasarkan hal tersebut maka Perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggannya tersebut melalui kebijaksanaan produk yang diterapkannya. Untuk itu, Perusahaan harus dapat mengantisipasi dan mengetahui perkembangan dari keinginan pelanggan. Dalam pemenuhan hal tersebut, Perusahaan harus dapat melakukannya dengan cara inovasi produk atau menciptakan produk baru dari produk yang sudah ada sekarang.

Jasa telekomunikasi sangat berperan sekali dalam mendukung segala kegiatan yang dilakukan. Berbagai teknologi diciptakan termasuk juga teknologi

komunikasi, sehingga peranan telekomunikasi dalam perekonomian global dan dalam dunia usaha terus meningkat dan berkembang pesat.

*Handphone* adalah salah satu kebutuhan yang sangat berperan dalam kehidupan manusia pada saat ini. Produk *Handphone* yang ditawarkan di pasaran sangat beragam dengan bermacam merk, kualitas, sampai bentuk yang unik. Hal inilah yang menjadi salah satu alasan konsumen untuk membeli *Handphone* untuk konsumsi mereka.

Saat ini, *Handphone* sudah menjadi barang sekunder di kalangan masyarakat pada umumnya. Alat telekomunikasi yang serba praktis dan efisien ini tidak hanya dipakai oleh orang dewasa saja, melainkan anak-anak yang duduk di bangku sekolah saja sudah dapat menikmati hasil teknologi canggih dan mengaplikasikan media telekomunikasi tersebut. Para konsumen *Handphone* tidak lagi didominasi dari kalangan menengah atas saja, tapi juga mulai merambah kalangan bawah dari latar belakang pekerjaan yang berbeda. Berbagai merek bersaing di pasar untuk mempromosikan dan mencari konsumen, mulai dari Nokia, Samsung, Sony Ericsson, BenQ-Siemens, Motorola, LG, *Hi-Tech*, *i-mobile* dan lain- lain.

Untuk mempunyai sebuah *Handphone* yang bagus pada saat sekarang ini konsumen tidak perlu menghawatirkan dana yang harus dikeluarkan karena sudah sangat banyak toko yang menjual *Handphone* seken. Harga yang jauh lebih murah dengan kualitas yang tidak jauh berbeda dari yang baru membuat peminat *Handphone* seken semakin lama semakin bertambah.

Di kota Padang sendiri pertama kali HP bekas marak sekali dijual di Minang Plasa atau sebagian masyarakat padang menyebutnya SUZUYA. Maraknya penjualan HP bekas di Padang dimulai pada pertengahan tahun 2002. Namun semenjak berdirinya Plasa Andalas Padang pada September 2005, perlahan-lahan aktivitas penjualan HP bekas mulai hijrah ke Plasa Andalas. Hal ini mungkin saja disebabkan karena lokasi Plasa Andalas yang dhulunya adalah terminal keberangkatan bus luar kota dalam Provinsi atau luar kota luar Provinsi, dimana artinya tempat tersebut sering dikunjungi oleh masyarakat Padang.

Pada awalnya berdiri “Trend Center” nya harga HP bekas bereferensi pada Plasa Minang ,namun lambat laun namun pasti. Tetapi pada saat sekarang ini keadaan menjadi berbalik yaitu Plasa Andalas yang menjadi patokan harga HP bekas, walaupun harga HP bekas relatif harganya. Sekarang counter-counter HP bekas sudah mulai gulung tikar dari Plasa Minang ke Plasa Andalas. Rata-rata pemilik toko HP bekas di Plasa Andalas merupakan pedagang lama di Plasa Minang. Selain Plasa Andalas dan Plasa Minang, ada tempat lain lagi yang menjadi pilihan bagi konsumen dalam membeli HP bekas, yaitu Sentral Pasar Raya dan Pasar Raya Padang.

Dalam mengambil data penjualan *Handphone* bekas, karena keterbatasan, penulis mengambil beberapa konter atau toko hp yang ada di kota Padang yang dapat mewakili data penjualan *Handphone* bekas di kota Padang. Konter atau toko *Handphone* bekas tersebut yaitu : Jacky Cellular, Gaya Cellular, Radja Ponsel. Masing-masing konter *Handphone* tersebut telah memiliki cabang-cabang yang tersebar di kota padang. Jacky Cell berada di Plasa Andalas, Plasa Minang, Central

Pasar Raya, Jl M. Thamrin dan Lapai. Gaya Cell berada di Plasa Andalas, Plasa Minang, Central Pasar Raya, Pasar Raya Padang. Radja Ponsel berada di Plasa Andalas dan Plasa Minang.

Dari tabel 1 dapat dilihat adanya peningkatan pembelian *Handphone* bekas dalam 3 tahun belakangan ini. Peningkatan penjualan *Handphone* bekas paling tajam ada di tahun 2007, terutama pada semester II. Mungkin pada semester II tahun 2007 bertepatan juga dengan perayaan hari raya idul fitri atau lebaran. Masyarakat padang mempunyai alternative dalam membeli *Handphone*, sehingga tidak terpaku pada *Handphone* baru. Di tunjang dengan semakin banyaknya konter-konter *Handphone* bekas beredar, dan semakin banyaknya jenis *Handphone* bekas yang ditawarkan oleh konter-konter *Handphone* bekas. Pada tahun 2008 terjadi penurunan penjualan *Handphone* bekas pada semester II.

**Tabel 1**  
**Perkembangan Jumlah Penjualan *Handphone***

TAHUN	Unit Hp			
	<i>Handphone</i> Baru	%	<i>Handphone</i> Bekas	%
<b>2006</b>				
Semester I	1.212	36.7	2.094	63.3
Semester II	2.147	35.7	3.867	64.3
Jumlah	3.359	36.0	5.961	64.0
<b>2007</b>				
Semester I	2.641	34.8	4.955	65.2
Semester II	3.145	31.9	6.720	68.1
Jumlah	5.786	33.1	11.675	66.9
<b>2008</b>				
Semester I	2.945	28.9	7.238	71.1
Semester II	3.262	32.3	6.407	67.7
Jumlah	6.207	31.3	13.645	68.7

Sumber : *Jacky cell, Gaya cell dan Radja cell, 2009*

Contohnya para pedagang yang ada di Plasa Andalas, Plasa Minang , Sentral Pasar Raya Padang dan sebagainya. Jadi penjualan *Handphone* bekas pada semester II tahun 2008 merosot turun jika dibandingkan dengan penjualan pada semester I dan pada semester II pada tahun 2007. Akan tetapi total penjualan *Handphone* pada tahun 2008 tetap naik.

Pertimbangan konsumen yang membeli *Handphone* baru dengan *Handphone* bekas jelas berbeda. Konsumen yang membeli *Handphone* baru lebih cenderung mengikuti perkembangan *Handphone* dan pertimbangan-pertimbangan lainnya. Harga *Handphone* baru pun relatif sama antar toko *Handphone*. Sedangkan konsumen yang membeli *Handphone* bekas dapat melakukan negosiasi terlebih dahulu dengan penjual *Handphone*. Dengan harga *Handphone* baru yang hanya memiliki fitur biasa-biasa saja, dengan membeli *Handphone* bekas konsumen dapat memperoleh *Handphone* dengan fitur yang lebih.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti memberikan judul pada penelitian ini : **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Membeli Handphone Bekas Merek Nokia di Kota Padang”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang ditemukan di atas, maka dapat di identifikasikan masalah sebagai berikut:

1. Bahwa permintaan *Handphone* bekas Nokia di kota Padang dipengaruhi oleh pendapatan konsumen.

2. Bahwa permintaan *Handphone* bekas Nokia di kota Padang dipengaruhi oleh jumlah tanggungan.
3. Bahwa permintaan *Handphone* bekas Nokia di kota Padang dipengaruhi oleh harga *Handphone* bekas Nokia
4. Bahwa permintaan *Handphone* bekas Nokia di kota Padang dipengaruhi oleh harga substitusi yaitu *Handphone* bekas Samsung.
5. Bahwa permintaan *Handphone* bekas Nokia di kota Padang dipengaruhi oleh jumlah penduduk.
6. Bahwa permintaan *Handphone* bekas Nokia di kota Padang dipengaruhi oleh pendapatan, jumlah tanggungan, harga, harga substitusi dan jumlah penduduk secara bersama-sama.

### **C. Pembatasan Masalah**

Agar tercipta tujuan dan sasaran yang diinginkan dalam penulisan ini, penulis merasa perlu adanya pembatasan masalah sepanjang masih relevan dalam kerangka pembatasan. Sehubungan dengan itu, pembahasan hanya dibatasi pada faktor yang menjadi pertimbangan bagi permintaan *Handphone* bekas di kota Padang khususnya di tempat-tempat yang mungkin dapat mewakili konsumen dalam membeli *Handphone* bekas di kota Padang seperti : Minang Plasa, Plasa Andalas, Sentral Pasar Raya, Pasar Raya Padang. Faktor-faktor tersebut yaitu : pendapatan, jumlah tanggungan, harga, dan harga substitusi.

#### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Sejahteramana mana pengaruh pendapatan terhadap permintaan *Handphone* bekas Nokia di kota Padang ?
2. Sejahteramana mana pengaruh jumlah tanggungan terhadap permintaan *Handphone* bekas Nokia di kota Padang ?
3. Sejahteramana mana pengaruh harga terhadap permintaan *Handphone* bekas Nokia di kota Padang ?
4. Sejahteramana mana pengaruh harga substitusi terhadap permintaan *Handphone* bekas Nokia di kota Padang ?
5. Sejahteramana mana pengaruh antara pendapatan, jumlah tanggungan, harga dan harga substitusi secara bersama-sama terhadap permintaan *Handphone* bekas Nokia dikota Padang ?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui kecenderungan :

1. Pengaruh harga *Handphone* bekas Nokia terhadap permintaan *Handphone* bekas Nokia
2. Pengaruh harga Substitusi *Handphone* bekas Samsung terhadap permintaan *Handphone* bekas Nokia
3. Pengaruh pendapatan dalam mempengaruhi permintaan *Handphone* bekas Nokia

4. Pengaruh jumlah tanggungan dalam mempengaruhi permintaan *Handphone* bekas Nokia
5. Pengaruh pendapatan, jumlah tanggungan, harga, dan harga substitusi secara bersama-sama terhadap permintaan *Handphone* bekas di Kota Padang

#### **F. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Sebagai salah satu prasyarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Sebagai pengembangan ilmu terutama ilmu ekonomi mikro.
3. Sebagai pertimbangan bagi para distributor dan penjual *Handphone* bekas yang ada di kota padang.
4. Dapat menjadi bahan acuan bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian dengan objek yang serupa.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Konsep dan Teori Permintaan**

Secara garis besar permintaan diartikan sebagai jumlah satuan untuk komoditi yang diminta pada berbagai kemungkinan harga dalam waktu tertentu, kemudian dijelaskan oleh beberapa pendapat :

Menurut Sukirno (1994:77) bahwa :

Hukum permintaan pada dasarnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan bahwa semakin rendahnya harga dari suatu barang, maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, semakin tinggi harga dari suatu barang maka semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut, dimana faktor lain dianggap *ceteris paribus*.

Selanjutnya menurut Sukirno (1994:76) bahwa suatu permintan dipengaruhi oleh banyak faktor, di antaranya adalah :

##### **a. Harga Barang Itu Sendiri**

Harga barang itu sendiri sangat mempengaruhi permintaan terhadap barang yang bersangkutan. Apabila harga dari barang yang bersangkutan mengalami kenaikan, maka permintaan terhadap barang tersebut akan menurun, begitu juga sebaliknya, apabila harga yang bersangkutan mengalami penurunan, maka permintaan terhadap barang tersebut akan meningkat.

b. Harga Barang Lain (Barang Substitusi)

Harga barang pengganti dapat mempengaruhi permintaan barang yang digantikannya. Sekiranya harga barang pengganti naik, maka permintaan atas barang yang digantikannya mengalami penurunan dan begitu juga sebaliknya.

c. Pendapatan Konsumen

Pendapatan juga dapat mempengaruhi corak permintaan, dengan arti kata apabila pendapatan masyarakat naik maka permintaan akan barang tersebut juga mengalami peningkatan dan apabila pendapatan turun, maka permintaan akan barang tersebut juga akan turun.

d. Jumlah Penduduk

Pertambahan penduduk tidak dengan sendirinya menyebabkan pertambahan permintaan. Tetapi biasanya pertambahan penduduk diikuti oleh perkembangan dalam kesempatan kerja. Dengan demikian akan lebih banyak orang yang menerima pendapatan dalam hal ini juga akan menambah daya beli dalam masyarakat. Pertambahan daya beli ini akan menambah permintaan.

e. Cita Rasa Masyarakat

Cita rasa masyarakat mempunyai pengaruh yang cukup besar atas keinginan masyarakat dalam membeli suatu barang.

f. Ramalan Mengenai Keadaan Dimasa Yang Akan Datang

Perubahan-perubahan yang diramalkan mengenai keadaan dimasa yang akan datang dapat mempengaruhi permintaan. Ramalan pada konsumen bahwa harga-harga akan menjadi bertambah tinggi dimasa depan akan mendorong mereka

untuk membeli lebih banyak pada masa ini, untuk lebih menghemat pengeluaran dimasa yang akan datang.

Adapun pendapat Kadariah (1994:1) bahwa :

Jika orang mengatakan permintaan, maka yang dimaksud adalah permintaan yang disertai dengan daya beli (*money demand*) terhadap suatu benda. Jadi permintaan suatu komoditi yang akan dibeli oleh konsumen pada bermacam-macam kemungkinan tingkat harga pada waktu dan syarat-syarat tertentu

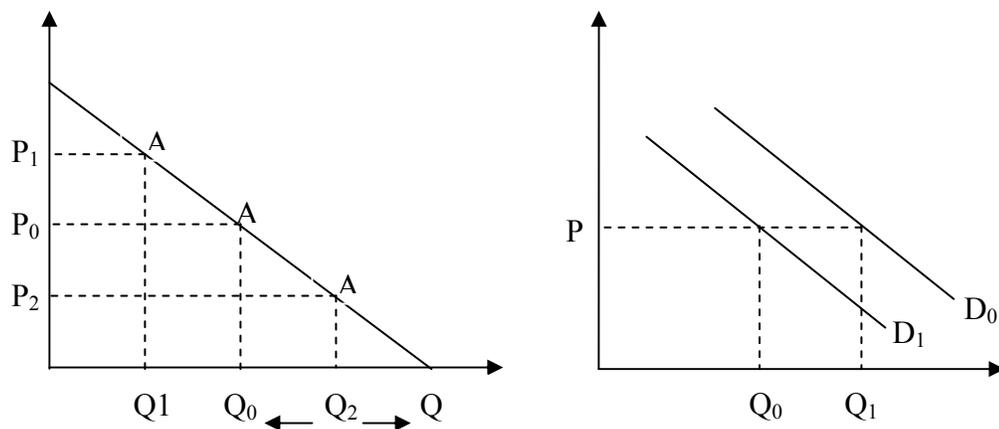
Dari hal di atas ditarik kesimpulan bahwa permintaan adalah keinginan akan kemampuan seorang konsumen dalam membeli suatu produk pada berbagai tingkat harga pada waktu tertentu.

Dalam teori permintaan dikenal dengan dua macam bentuk yaitu permintaan statis dan dinamis. Bentuk permintaan statis memperlihatkan jumlah barang yang diminta oleh masyarakat atau pada berbagai tingkat harga dalam periode tertentu dengan asumsi *ceteris paribus*. Perubahan harga akan menyebabkan terjadinya perubahan permintaan sepanjang *demand curve*.

Perubahan kurva permintaan akan terjadi apabila faktor-faktor *ceteris paribus* mengalami perubahan. Seperti pada gambar misalnya harga setinggi P jumlah barang yang diminta adalah  $Q_0$ . Jika kemudian terjadi kenaikan pendapatan masyarakat hal ini menyebabkan terjadi perubahan kurva demand dari  $D_0$  ke  $D_1$  dan jumlah barang yang diminta akan meningkat dari  $Q_0$  ke  $Q_1$ . Dalam ilmu ekonomi disebut *shift of demand* yaitu perubahan salah satu asumsi dari satu permintaan tersebut, dimana

harga adalah tetap sedangkan jumlah barang yang diminta berubah. Perubahan ini yang akan menggeser kurva permintaan.

Sedangkan permintaan dinamis akan menggeser kurva permintaan ke kiri atau ke kanan karena berubahnya faktor-faktor *ceteris paribus*. Kondisi tersebut dapat dilihat pada gambar :



**Gambar 1. Kurva Permintaan Statis dan Dinamis**

Pada gambar 1 dapat dilihat bahwa perubahan harga akan menyebabkan perubahan yang terjadi sepanjang *demand curve*. Misalkan pada harga setinggi  $P_0$  jumlah barang yang diminta adalah sebanyak  $Q_0$  jika kemudian terjadi kenaikan harga dari  $P_0$  ke  $P_1$  maka jumlah barang yang diminta adalah sebanyak  $Q_0$  menjadi  $Q_1$ , begitupun sebaliknya jika terjadi penurunan harga. Hal di atas dalam ilmu ekonomi disebut dengan *change in demand* yaitu perubahan jumlah barang yang diminta yang disebabkan oleh karena terjadinya perubahan harga di sepanjang kurva permintaan.

Konsumsi merupakan suatu aktivitas untuk menghabiskan atau mengurangi nilai guna suatu barang atau jasa. Konsumen melakukan konsumsi karena adanya

kebutuhan akan barang dan jasa yang menimbulkan permintaan. Jadi permintaan terhadap suatu barang dan jasa merupakan permintaan dari konsumsi.

Permintaan didefinisikan sebagai jumlah yang diminta oleh konsumen pada berbagai tingkat harga pada periode tertentu. Teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara permintaan dan harga. Bunyi hukum permintaan adalah “makin rendah harga suatu barang, makin banyak permintaan keatas barang tersebut dengan asumsi “*Ceteris Paribus*”. (Sukirno. 2002:133)

Dalam pengertian lain hukum permintaan didefinisikan sebagai berikut, jika harga suatu komoditi naik dan hal-hal lain dianggap tidak berubah pembeli cenderung membeli lebih sedikit komoditi tersebut. Demikian juga halnya jika harga turun dan hal-hal lain tidak berubah jumlah barang yang dibeli akan meningkat. (Samuelson dan Nordhaus. 2002:68-69).

Menurut Sukirno (1994:77), bahwa hukum permintaan pada hakekatnya merupakan suatu hipotesa yang menyatakan semakin rendah harga dari suatu barang, maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut, sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang, maka semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. Teori permintaan adalah berbagai jumlah dari suatu barang tertentu yang hendak dibeli oleh konsumen tertentu pada berbagai kemungkinan harga dalam suatu waktu tertentu.

Dari hukum permintaan di atas dapat dijelaskan bahwa jumlah barang yang dibeli cenderung menurun pada saat harga naik, ini disebabkan karena dua alasan. Pertama efek substitusi ketika harga suatu barang naik, orang akan menukarkan dengan barang lain yang serupa. Alasan kedua adalah efek pendapatan ketika harga

naik, orang menjadi lebih miskin dari semulanya, karena pendapatan terasa semakin sedikit, sehingga orang akan membatasi konsumsi dan barang lain.

Menurut Sukirno (1994:76) bahwa suatu permintaan dipengaruhi oleh banyak faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen akan suatu barang adalah :

*a. Penghasilan Rill Konsumen*

Kenaikan penghasilan rill konsumen yang dicerminkan oleh kenaikan harga barang dianggap tetap biasanya permintaan kenaikan konsumen. Keadaan ini berlaku bagi barang-barang pada umumnya atau barang normal pengecualian terjadi untuk barang-barang inferior dimana kenaikan penghasilan rill akan menurunkan permintaan akan barang tersebut.

*b. Perubahan Harga Barang Lain*

Perubahan harga barang lain yang mempunyai hubungan dengan suatu barang bisa pula mempengaruhi permintaan akan barang tersebut.

*c. Selera Konsumen*

Tanpa ada perubahan harga barang-barang maupun income, permintaan akan suatu barang bisa berubah karena perubahan selera.

Permintaan adalah suatu hipotesis yang menjelaskan hubungan antara suatu harga komoditas (barang) dengan jumlah (kuantitas) barang yang dibeli dan dikonsumsi oleh konsumen. Jumlah barang yang dibeli dan dikonsumsi oleh konsumen biasanya berbanding terbalik dengan perkembangan tingkat harga. Jadi, semakin tinggi harga suatu komoditas maka biasanya semakin rendah jumlah permintaan terhadap komoditas tersebut. Sebaliknya, jika harga suatu komoditas

mengalami penurunan, maka komoditas yang dibeli akan dikonsumsi oleh konsumen semakin meningkat. Ke semua itu akan berlaku dengan asumsi faktor-faktor lain yang dianggap tidak berubah atau tetap (*ceteris paribus*).

Selanjutnya Richard (1986:66) mengatakan bahwa permintaan terhadap suatu komoditas dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya :

- a. Harga barang itu sendiri
- b. Harga barang lain (substitusi)
- c. Adanya peningkatan pendapatan penduduk
- d. Adanya perubahan selera konsumen
- e. Adanya perkembangan kemakmuran masyarakat

Secara sistematis *Richard* (1986:67) mengemukakan pendapatnya tersebut dalam sebuah persamaan matematis yang ditulis sebagai berikut :

$$Q_{da} = f(P_A, P_B, \dots, P_Z, I, T, W) \dots \dots \dots (1)$$

Dimana :

$Q_{da}$  = Jumlah suatu barang (komoditas) yang diminta per unit.

$P_A$  = Harga barang (komoditas) A.

$P_b, \dots, P_Z$  = Harga barang (komoditas) lain.

$I$  = Tingkat pendapatan

$T$  = Perkembangan selera konsumen

$W$  = Tingkat kemakmuran masyarakat.

Perkembangan harga barang lain yang saling berkaitan erat seperti barang substitusi perlu diperhatikan karena barang pengganti tersebut dapat dipengaruhi permintaan barang yang diganti menjadi murah, maka barang yang digantikan akan mengalami pengurangan dalam permintaan.

Menurut (Samuelson dan Nordhaus, 2002:121) kebutuhan individu adalah jumlah dari pada suatu barang tertentu yang hendak dibeli oleh individu pada berbagai kemungkinan tingkat harga pada suatu waktu tertentu. Sedangkan harga pasaran adalah berbagai jumlah dari suatu yang hendak dibeli oleh semua konsumen pada berbagai kemungkinan tingkat harga pada suatu periode tertentu. Namun pada kenyataan permintaan pasar tidak hanya dipengaruhi oleh harga komoditi itu sendiri tetapi ada beberapa faktor lain yaitu :

- a. Pendapatan rata-rata konsumen
- b. Ukuran pasar
- c. Harga dan tersedianya barang yang mirip
- d. Selera atau pilihan (preferen)

Berdasarkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi faktor harga listrik Negara, harga barang lain, jumlah pendapatan, jumlah penduduk dan perubahan selera, selanjutnya dalam penelitian ini seluruh variabel tersebut diikuti dalam persamaan, karena sulitnya mendapatkan data. Untuk itu variabel bebas yang dimasukkan dalam fungsi hanya harga listrik, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota rumah tangga di Nagari Ladang Panjang Kecamatan Tigo Nagari Kabupaten Pasaman.

Menurut Syahrudin (1990:116) ada empat faktor yang berpengaruh permintaan bagi jenis barang tertentu sesuai dengan pembahasan mengenai perilaku konsumen yaitu :

a. Harga Dari Barang Itu Sendiri

Harga barang itu sendiri mempunyai pengaruh negatif terhadap jumlah yang diminta, artinya adalah jika harga naik jumlah barang yang diminta akan berkurang dan sebaliknya barang itu adalah barang normal.

b. Harga Barang Lain

Kenaikan harga barang lain berpengaruh positif dan negatif. Pengaruh positif atau negatif tergantung kepada hubungan penggunaan kedua barang bersangkutan apakah barang substitusi atau barang komplementer.

c. Pendapatan

Perubahan besarnya pendapatan akan berpengaruh positif terhadap permintaan barang.

d. Selera Konsumen

Selera ini tidak dapat diperlihatkan dalam teori perilaku konsumen dan ini adalah menjadi sasaran empuk pengusaha untuk meningkatkan penjualan melalui periklanan. Kadang-kadang faktor ini diukur melalui faktor waktu.

Menurut Mandala dan Miller (1989:153) ada lima faktor lain selain harga yang mempengaruhi permintaan, yaitu :

- a. Perubahan dalam rasa
- b. Perubahan dalam cuaca
- c. Perubahan dalam harga barang lain
- d. Perubahan pendapatan
- e. Perubahan dalam harapan

Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa selera konsumen dapat juga dipengaruhi oleh faktor perubahan rasa, perubahan cuaca, perubahan harga barang lain, perubahan

pendapatan dan perubahan dalam harapan. Kelima hal tersebut memiliki pengaruh tersendiri terhadap keputusan pembelian, dimana konsumen akan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut sebelum memutuskan untuk membeli barang yang sesuai dengan kebutuhannya. Perubahan harga barang lain dan perubahan pendapatan merupakan faktor yang memiliki pengaruh yang sangat besar dalam melakukan pembelian, dimana jika terjadi peningkatan pendapatan maka secara tidak langsung konsumen akan membeli meningkatkan konsumsi dari tingkat pendapatan sebelumnya. Selain itu dengan adanya perubahan harga barang lain, hal ini juga mengakibatkan terjadi perubahan jumlah barang yang dikonsumsi dimana jika harga barang lain yang memiliki tingkat kepuasan yang sama mengalami penurunan maka dengan sendirinya konsumen akan beralih untuk membeli barang tersebut, dan sebaliknya.

## **2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan**

Dalam penulisan ini teori dasar yang digunakan adalah teori permintaan yang menjelaskan mengenai sifat permintaan terhadap suatu komoditi. Menurut Sukirno (2005:76) dalam membicarakan teori permintaan para ahli ekonomi membuat analisis yang lebih sederhana, yaitu dalam analisis ekonomi dianggap bahwa permintaan suatu barang terutama dipengaruhi oleh tingkat harga teori permintaan yang terutama dianalisa oleh sebab itu teori permintaan yang terutama dianalisa adalah hubungan antara jumlah permintaan suatu barang dengan harga tersebut.

Sedangkan dari permintaan pasar, teori permintaan adalah berbagai jumlah dari suatu barang yang hendak dibeli oleh semua konsumen pada berbagai

kemungkinan harga dalam periode waktu tertentu. Menurut Sukirno (1994:77) menyatakan bahwa hukum permintaan pada hakekatnya merupakan suatu hipotesa yang menyatakan semakin rendah harga dari suatu barang, maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang, maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. Teori permintaan adalah berbagai jumlah dari suatu barang tertentu yang hendak dibeli oleh konsumen tertentu pada berbagai kemungkinan harga dalam suatu waktu tertentu.

Sedangkan dalam permintaan pasar, teori permintaan adalah berbagai jumlah dari suatu barang yang hendak dibeli oleh konsumen pada berbagai kemungkinan tingkat harga dalam periode waktu tertentu.

Permintaan yang diharapkan dalam kehidupan sehari-hari dari segi ekonomi adalah permintaan yang efektif karena permintaan yang efektif adalah jumlah barang yang diminta langsung yang dapat digunakan untuk kebutuhan ekonomi. Menurut Sukirno (1994:1) jika seorang menyatakan permintaan, maka yang dimaksud adalah permintaan yang disertai dengan daya beli (*Money Demand*) terhadap suatu benda jadi permintaan suatu komoditi adalah banyaknya kesatuan komoditi yang akan dibeli oleh konsumen pada bermacam-macam kemungkinan tingkat harga pada waktu dan syarat-syarat tertentu. Hukum permintaan menjelaskan sifat perkaitan diantara permintaan suatu barang dengan harganya.

Menurut Sukirno (1994:1) dalam teori permintaan dikenal dua macam bentuk permintaan yaitu permintaan statis dan dinamis. Bentuk permintaan statis memperlihatkan jumlah barang yang diminta oleh masyarakat atau konsumen pada

berbagai tingkat harga dalam periode waktu tertentu dengan asumsi *ceteris paribus* perubahan harga akan menyebabkan terjadinya perubahan permintaan sepanjang *Demand Curve*. Sedangkan permintaan yang dinamis akan menggeser kurva permintaan ke kiri atau ke kanan karena berubahnya factor *Ceteris Paribus*.

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

$$Q = f(P) \dots\dots\dots(2)$$

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

$$Q = f ( P, P_s, Y, S, N ) \dots\dots\dots (3)$$

Di mana :

Q = Jumlah barang yang diminta

P = Harga barang itu sendiri

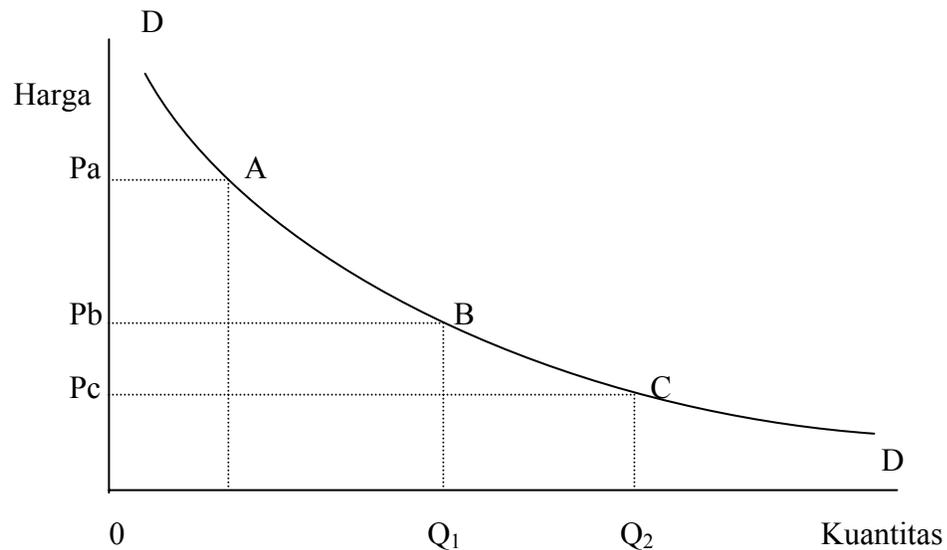
P<sub>s</sub> = Harga barang substitusi

Y = Pendapatan konsumen

S = Selera konsumen

N = Jumlah penduduk

Pada gambar 2 dapat dilihat kurva permintaan yang menunjukkan hubungan antara harga barang X dan jumlah barang X yang diminta.



**Gambar 2. Kurva Permintaan**

Pada gambar 2 titik A menggambarkan kedudukan konsumen ketika belum berlaku perubahan harga, yaitu harga barang X adalah  $P_a$  dan jumlah barang yang diminta  $Q$  unit. Titik B menggambarkan keadaan ketika harga barang X turun menjadi  $P_b$  dan pada harga tersebut jumlah barang X yang diminta telah menjadi  $Q_1$ . Keadaan yang terakhir, yaitu ketika harga barang X telah menjadi  $P_c$  ditunjukkan oleh titik C. Pada harga tersebut jumlah barang X yang diminta adalah  $Q_2$ . Kurva DD yang dibuat melalui ketiga titik di atas merupakan kurva permintaan atas barang X.

#### **a. Harga**

Harga adalah salah satu faktor penentu dalam permintaan akan suatu komoditi ini terbukti bahwa harga berkorelasi negatif terhadap permintaan

Menurut Salmuelson (1992-347) bahwa:

Harga merupakan gejala ekonomi yang sangat penting dan sangat mempengaruhi masyarakat dalam menentukan jumlah barang dan

jasa yang akan dikonsumsi, karena setiap barang dan jasa dan faktor-faktor penentu tidak bebas mempengaruhi harga.

Dalam hukum permintaan dijelaskan sifat hubungan antara permintaan suatu barang dengan tingkat harganya. Hukum permintaan hakekatnya merupakan suatu hipotesa yang menyatakan semakin rendah harga barang maka semakin bertambah permintaan suatu barang tersebut. Sebaliknya makin tinggi harga suatu barang maka semakin sedikit permintaan suatu barang tersebut.

Jumlah permintaan dan harga menjelaskan sifat dan hubungan yang disebabkan pertama, karena kenaikan harga menyebabkan para pembeli mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti terhadap barang yang mengalami kenaikan harga tersebut, sebaliknya jika barang turun maka orang mengurangi terhadap barang yang mengalami penurunan harga

#### **b. Pendapatan Perkapita**

Tingkat perkembangan perkapita yang dicapai sering digunakan sebagai ukuran dari kesuksesan suatu negara dalam mencapai cita-cita untuk menentukan pembangunan ekonomi yang pesat, yang penting diantaranya adalah membandingkan tingkat kesejahteraan masyarakat dan untuk membandingkan laju perkembangan ekonomi yang dicapai oleh berbagai negara didunia dari masa kemasa (Sukirno, 1985:23)

Menurut Arsyad (2005:25) pendapatan perkapita sering kali digunakan sebagai indikator pembangunan selain untuk membedakan tingkat kemajuan ekonomi antara negara-negara maju dengan negara yang sedang berkembang.

Dampak sebagian pembangunan suatu daerah bernilai dari tingkat kesejateran masyarakat.tinggi PDRB suatu daerah belum tentu mencerminkan meningkatnya kesejateraan masyarakat,karena juga sangat tergantung kepada perkembangan jumlah penduduk. Salah satu indikator yang digunakan adalah PDRB perkapita dan pendapatan regional perkapita yang menggambarkan rata-rata pendapatan yang diterima oleh setiap penduduk selama setahun (BPS, Produk Domestik Regional Bruto kota Padang menurut lapangan usaha).

### **Pengaruh Pendapatan terhadap Permintaan**

Menurut kamus Bahasa Indonesia (1994:190), pendapatan merupakan hasil kerja dan usaha. Pengertian ini senada dengan pengertian yang disampaikan oleh BPS (2002 : 81): Pendapatan adalah total perolehan hasil usaha dalam suatu keluarga dibagi jumlah anggota keluarga yang mencakup perbandingan pengeluaran minimum dan pendapatan minimum perkapita. Apabila pendapatan rata-rata rumah tangga meningkat, rumah tangga dapat diperkirakan untuk membeli lebih banyak komoditi walaupun harga komoditi tersebut tetap sama (Lipsey, 1991:128).

Jadi dapat disimpulkan bahwa pendapatan merupakan keseluruhan penghasilan yang diterima oleh seseorang dari usaha yang dilakukan. BPS dalam Susanti (2001:25) membagi pendapatan sebagai berikut :

- a. Pendapatan uang yaitu pendapatan yang berasal dari segi gaji dan upah, komisi dan hasil investasi
- b. Pendapatan berupa barang yaitu pendapatan yang berasal dari bagian pembayaran upah dan gaji
- c. Penerimaan yang bukan dari pendapatan, berupa pengambilan tabungan. Penjualan barang yang dapat dipinjami uang berhadiah dan warisan

Pendapatan para pembeli merupakan faktor yang sangat penting didalam menentukan corak permintaan keatas berbagai jenis barang. Perubahan dalam pendapatan selalu menimbulkan perubahan keatas permintaan berbagai jenis barang.

Pendapatan rata-rata masyarakat suatu daerah dapat dilihat dari jumlah pendapatan regional perkapita suatu daerah yang dapat dilihat pada PDRB tiap tahun.

Dengan melihat angka tersebut dapat dilihat bagaimana corak distribusi pendapatan penduduk daerah tersebut. Distribusi pendapatan juga mempengaruhi corak permintaan terhadap berbagai jenis barang. Sejumlah pendapatan masyarakat yang tertentu besarnya akan menimbulkan corak permintaan yang berbeda apabila pendapatan tersebut dirubah corak distribusinya.

Sukirno (2005:81) yang mengemukakan bahwa perubahan pendapatan selalu menimbulkan perubahan permintaan berbagai jenis barang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pendapatan penduduk kota Padang khususnya konsumen *Handphone* bekas merek Nokia, maka semakin meningkat pula permintaan *Handphone* bekas merek Nokia.

Berdasarkan kepada sifat perubahan permintaan yang berlaku apabila pendapatan berubah berbagai barang dapat dibedakan menjadi empat golongan (Sukirno, 2002:81) :

- a. Barang inferior adalah barang yang banyak diminta oleh orang-orang yang berpendapatan rendah. Kalau pendapatan bertambah tinggi maka permintaan terhadap barang-barang inferior akan berkurang. Para pembeli yang mengalami kenaikan pendapatan akan mengurangi pengeluarannya terhadap barang inferior dan menggantinya dengan barang yang lebih baik mutunya. Contohnya : ubi kayu. Pada pendapatan yang sangat rendah orang-orang mengkonsumsi ubi kayu sebagai pengganti beras atau makanan ringan. Kalau pendapatan meningkat maka konsumen mempunyai kemampuan untuk membeli makanan lain dan mengurangi konsumsinya terhadap ubi kayu.
- b. Barang essential adalah barang yang sangat penting artinya dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Contoh : beras, kopi, gula dan pakaian. Pembelanjaan seperti ini tidak akan berubah walaupun pendapatan meningkat
- c. Barang normal adalah suatu barang dinamakan barang normal apabila ia mengalami kenaikan dalam permintaan sebagai akibat dari kenaikan pendapatan. Contoh : pakaian, sepatu, peralatan rumah tangga dan berbagai jenis makanan. Ada dua faktor yang menyebabkan barang-barang seperti itu permintaannya akan mengalami kenaikan kalau pendapatan para pembeli bertambah yaitu, (i). Pertambahan pendapatan menambah kemampuan untuk membeli lebih banyak barang. (ii). Pertambahan pendapatan memungkinkan para pembeli menukar konsumsi mereka dari barang yang kurang baik mutunya kepada barang-barang yang lebih baik.
- d. Barang mewah adalah jenis barang yang dibeli orang apabila pendapatan mereka sudah relatif tinggi dalam golongan ini. Contoh : emas, intan, mobil sedan. Biasanya barang tersebut baru dibeli masyarakat setelah dapat memenuhi kebutuhan pokok seperti makanan, pakaian dan perumahan.

Perubahan pendapatan yang mengakibatkan terjadi perubahan pola konsumsi atau permintaan akan suatu barang diakibatkan oleh perbedaan dari jenis barang tersebut. Dimana barang inferior akan semakin banyak dikonsumsi oleh konsumen yang memiliki penghasilan rendah, sedangkan jika dibandingkan dengan barang mewah justru berbanding terbalik hal ini

disebabkan oleh tingkat pendapatan yang tinggi dan telah terpenuhinya kebutuhan pokok sehari-hari sehingga kelebihan pendapatan mendorong konsumen untuk mengonsumsi barang mewah. Sedangkan barang esensial tingkat konsumsinya tidak terpengaruh oleh tingkat pendapatan dimana barang esensial adalah barang yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini berbanding terbalik dengan barang normal yang mengalami peningkatan jumlah konsumsi akibat terjadinya peningkatan pendapatan, dan dimana peningkatan pendapatan menambah kemampuan membeli barang sehingga konsumsi berubah dari membeli barang yang kurang baik mutunya menjadi barang yang baik mutunya.

Menurut Pindyck (2003:115), efek pendapatan (*income effect*) yakni perubahan dalam konsumsi sebuah barang akibat naiknya daya beli, dengan harga relatif konstan.

Jadi dengan jumlah pendapatan yang diterima masyarakat maka dapat diukur seberapa besar jumlah permintaan masyarakat tersebut terhadap suatu jenis barang. Semakin besar jumlah pendapatan masyarakat semakin besar pula proporsi pendapatan tersebut yang digunakan untuk konsumsi. Daya beli pendapatan tersebut dapat diukur dengan melihat seberapa banyak jumlah barang yang dapat dibeli.

### **c. Jumlah Tanggungan Keluarga**

Sayogyo (Warti, 2000:12) memberikan pengertian keluarga dengan membedakan menjadi dua bagian yaitu:

- 1) Keluarga inti yaitu persekutuan keluarga yang terdiri dari suami, istri dan anak-anaknya.
- 2) Keluarga terulur yaitu keluarga inti yang ditambah dengan orang lain yang tinggal dalam keluarga itu, baik secara ekonomis, sosial, psikologis, maupun secara fisik yang nantinya akan menentukan taraf hidup keluarga.

Menurut Varianto dalam Suparno (1982:22) menyatakan bahwa keluarga merupakan suatu kesatuan sosial yang terdiri dari ayah, ibu dan anak-anaknya. Dimana ayah sebagai kepala keluarga untuk memenuhi kebutuhan keluarga. Selanjutnya Varinto menyatakan sebagai salah satu hal yang penting dalam faktor yang baik, suasana yang mampu memberikan dan memenuhi kebutuhan anggota keluarganya dan sebaliknya, semakin besar anggota keluarga akan besar kemungkinan suasana yang kurang baik, yang ditandai terjadinya konflik dalam keluarga. Keluarga kecil akan menjamin terciptanya lingkungan intelektual yang lebih baik. Keluarga yang besar dengan jumlah anak yang banyak serta jarak kelahiran yang dekat, akan mempunyai dampak terbentuknya lingkungan intelektual yang buruk dalam perkembangan dan pertumbuhan anak-anaknya.

Terjadinya pertumbuhan penduduk jumlah anggota keluarga yang baik terkendali akan berpengaruh buruk bagi keluarga itu sendiri. Karena penambahan anggota keluarga harus disertai dengan kenaikan pendapatan kepala keluarga, agar semua kepala keluarga otomatis membutuhkan biaya yang layak. Karena penambahan jumlah anggota keluarga otomatis membutuhkan biaya yang banyak untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Elfindri (2001:97) mengemukakan bahwa besar kecilnya jumlah tanggungan keluarga sangat berpengaruh terhadap permintaan *Handphone* karena jumlah anggota keluarga yang besar, akan cenderung susah dalam memenuhi kebutuhan, terutama dalam bidang pendidikan.

#### **d. Konsep Selera**

Menurut Sukirno (2003:83) cita rasa masyarakat (selera konsumen) memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan masyarakat untuk membeli barang-barang. Dimana didesak oleh kebutuhan-kebutuhan atau keinginannya dalam menemukan jenis barang dan jasa yang hendak mereka konsumsi. 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 mengkonsumsi barang dan jasa.

Perubahan dalam selera yang menguntungkan suatu komoditi menyebabkan pergeseran kurva permintaan ke kanan. Artinya, pada tiap tingkat harga akan dibeli jumlah yang lebih banyak (Kadariah, 1994:6).

Dari hal di atas dapat diketahui bahwa permintaan konsumen terhadap harga *Handphone* bekas Nokia sangat dipengaruhi oleh selera konsumen. Di mana selera konsumen ini dipengaruhi oleh harga *Handphone* bekas Nokia, pendapatan konsumen, dan nilai utilitas yang diperoleh oleh konsumen dalam mengkonsumsi atau memakai *Handphone* bekas Nokia ini.

**e. Konsep Harga Barang Substitusi (Harga *Handphone* Bekas Samsung)**

Harga dari barang substitusi dapat mempengaruhi permintaan barang yang dapat digantikan. Apabila harga barang pengganti bertambah murah, maka barang yang digantikan akan mengalami pengurangan dalam permintaan.

Sukirno (2002:80) menjelaskan hubungan antara sesuatu barang dengan berbagai jenis barang lainnya dapat dibedakan tiga golongan yaitu : (1) Barang lain itu pengganti, sesuatu barang dinamakan pengganti kepada barang lain apabila ia dapat menggantikan fungsi barang tersebut, (2) Barang lain itu merupakan pelengkap, (3) barang netral.

Maksud dari 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 harga tersebut. Jika barang itu merupakan barang pelengkap terhadap suatu barang, maka barang ini harganya akan meningkat seiring dengan harga barang pelengkap dan begitu juga sebaliknya akan mengalami penurunan jika harga barang pelengkap turun. Hal ini disebabkan karena barang pelengkap akan berpengaruh terhadap permintaan barang itu sendiri.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa 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 harga tersebut. Jika barang itu merupakan barang pelengkap terhadap suatu barang maka barang ini harganya akan meningkat.

Seiring dengan peningkatan harga barang pelengkap dan begitu juga sebaliknya akan mengalami penurunan harga jika barang pelengkap harganya turun. Hal ini disebabkan karena barang pelengkap ini akan berpengaruh terhadap permintaan barang itu sendiri.

Menurut Kadariah (1994:6) kurva permintaan terhadap suatu komoditi mempunyai slope yang menurun dari kiri atas ke kanan bawah, karena makin murah harga komoditi maka permintaan terhadap komoditi tersebut semakin meningkat apabila dibandingkan dengan komoditi lain yang disebut dengan substitusi. Selain itu menurut Nicholson (2001:95) jika salah satu harga naik, maka akan menyebabkan permintaan akan barang lain menjadi lebih meningkat. Melihat dari sisi konsumen, harga adalah atribut produk atau jasa yang paling sering digunakan oleh sebagian besar konsumen sebagai acuan untuk mengevaluasi suatu produk. Jika manfaat / utilitas antara dua barang sama, maka jika semakin tinggi harga barang substitusi semakin tinggi pula permintaan akan barang lain.

Hal di atas dapat dirasakan oleh produsen *Handphone* bekas Nokia di mana pengaruh dari harga *Handphone* bekas Samsung sangat mempengaruhi permintaan terhadap *Handphone* bekas Nokia. Dimana apabila harga *Handphone* bekas Nokia tinggi maka harga *Handphone* bekas Samsung akan rendah. Begitu juga sebaliknya apabila harga *Handphone* bekas Nokia rendah maka harga *Handphone* bekas Samsung akan tinggi.

### 3. Elastisitas Permintaan

Selanjutnya menurut Henderson dan Quandt (1980:20) dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan terbalik antara permintaan suatu barang dengan perubahan tingkat harga barang yang bersangkutan. Sedangkan permintaan itu sendiri mempunyai hubungan yang searah dengan besar kecilnya pendapatan konsumen yang pada dasarnya adalah daya beli konsumen. Artinya, jika harga dan pendapatan konsumen meningkat dalam proporsi yang sama, maka kuantitas permintaan oleh konsumen tidak akan berubah. Dalam analisis ekonomi, secara teoritis maupun secara praktek elastisitas permintaan sangat berguna untuk mengetahui sampai sejauh mana responsifnya permintaan suatu barang terhadap perubahan harga barang itu sendiri. Oleh sebab itu, dikembangkan suatu pengukuran kuantitatif yang menunjukkan sampai sejauh mana besarnya pengaruh harga suatu barang terhadap perubahan permintaan suatu barang.

Secara umum, menurut Sukirno (2000:111) factor-faktor yang mempengaruhi elastisitas permintaan adalah :

- a. Tingkat kemampuan barang lain untuk menggantikan barang yang bersangkutan
- b. Persentase pendapatan yang akan dibelanjakan untuk membeli barang yang bersangkutan
- c. Jangka waktu atau rentang waktu dimana permintaan suatu barang lain yang bersangkutan dianalisis

Jadi berdasarkan penjelasan-penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa elastisitas permintaan dipengaruhi oleh tingkat kemampuan barang lain dalam

menggantikan barang yang bersangkutan, pendapatan dan rentang waktu dalam permintaan suatu barang tersebut.

Dalam ilmu ekonomi menurut Winardi (1990:43) elastisitas senantiasa mempunyai arti yang sama yaitu elastisitas adalah rasio perubahan relatif pada sebuah variable dependen, dibandingkan dengan perubahan relatif pada sebuah variable independent. Dengan kata lain, elastisitas adalah perubahan relatif pada variabel dependen yang bersangkutan dibagi dengan perubahan relatif pada variabel independent.

Berkaitan dengan elastisitas permintaan, menurut Sudarsono (1995:90) adalah bahwa elastisitas menggambarkan derajat kepekaan fungsi permintaan terhadap perubahan yang terjadi pada variabel yang mempengaruhinya. Kadariah (1994:7) menyatakan bahwa elastisitas permintaan menggambarkan derajat reaksi jumlah yang diminta terhadap perubahan harga pasar. Dengan kata lain besar kecilnya pengaruh dari perubahan harga barang terhadap permintaan barang tersebut ditentukan oleh jenis elastisitas yang dimiliki oleh kurva permintaan.

Menurut Sukirno (2006:103), elastisitas permintaan perlu dibedakan kepada tiga konsep yaitu :

a. Elastisitas Permintaan Harga

Elastisitas permintaan harga sering dinyatakan sebagai elastisitas permintaan. Menurut Sukirno (2006:105), koefisien elastisitas permintaan harga adalah nilai perbandingan antara persentasi perubahan jumlah yang diminta dengan persentasi perubahan harga.

$$E_p = \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta P}{P}} \dots\dots\dots(4)$$

Dimana:

$E_p$  = Elastisitas permintaan harga

$Q$  = Jumlah kuantitas yang diminta

$P$  = Harga

b. Elastisitas Permintaan Silang

Dalam Sukirno (2006:116), Elastisitas permintaan silang adalah koefisien yang menunjukkan sampai dimana besarnya perubahan permintaan terhadap suatu barang apabila terjadi perubahan terhadap barang lain.

$$E_c = \frac{\frac{\Delta Q_x}{Q_x}}{\frac{\Delta P_y}{P_y}} \dots\dots\dots(5)$$

Dimana :

$E_c$  = Elastisitas permintaan silang

$\Delta Q_x$  = Persentasi perubahan jumlah barang X

$\Delta P_y$  = Persentasi perubahan harga barang Y

c. Elastisitas Permintaan Pendapatan

Menurut Sukirno (2006:116), elastisitas permintaan pendapatan merupakan koefisien yang menunjukkan sampai dimana besarnya perubahan

permintaan terhadap sesuatu barang sebagai akibat dari pada perubahan pendapatan pembeli.

$$E_y \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta Y}{Y}} \dots \dots \dots (6)$$

Dimana:

$E_y$  = Elastisitas permintaan pendapatan

$\Delta Q$  = Persentasi perubahan jumlah barang yang diminta

$\Delta Y$  = Persentasi perubahan pendapatan

#### 4. Spesifikasi Model Fungsi Permintaan

Hal yang pertama kali dilakukan dalam analisis regresi yaitu untuk mengestimasi permintaan adalah untuk menspesifikasi model yang akan diestimasi. Ini biasanya termasuk harga dan barang itu sendiri (P), Harga barang substitusi (Ps), pendapatan penduduk (Y) dan selera konsumen (S). Menurut Salvator (2001:91) fungsi permintaan terhadap suatu komoditi dapat dibuat sebagai berikut :

$$Q_d = f ( P, P_s, Y, S ) \dots \dots \dots (7)$$

Di mana :

$Q_d$  = Jumlah barang yang diminta

P = Harga barang itu sendiri

$P_s$  = Harga barang substitusi

Y = Pendapatan penduduk

S = Selera konsumen

Kemudian fungsi permintaan di atas dijadikan dalam persamaan bentuk linear sebagai berikut :

$$Q_d = \alpha_0 + \alpha_1 P + \alpha_2 P_s + \alpha_3 Y + \alpha_4 S + e \quad \dots\dots\dots (8)$$

Di mana :

$Q_d$  = Jumlah barang yang diminta

$P$  = Harga barang itu sendiri

$P_s$  = Harga barang substitusi

$Y$  = Pendapatan penduduk

$S$  = Selera konsumen

$\alpha$  = Koefisien yang akan diestimasi oleh analisis regresi

$e$  = Faktor pengganggu

Pada persamaan di atas  $\alpha$  merupakan parameter (koefisien) yang akan diestimasi dan  $e$  merupakan factor pengganggu. Dalam model ini perubahan dalam variabel terikat ( $Q_d$ ) untuk setiap unit perubahan pada variabel bebas adalah konstan. Namun ada kasus dimana hubungan non linear akan cocok dengan data yang akan dibandingkan dengan bentuk linear. Spesifikasi hubungan non linear yang paling sering dijumpai dalam persamaan permintaan adalah fungsi pangkat. Persamaan permintaan dalam fungsi pangkat adalah :

$$Q_d = \alpha (P^{\alpha_1})(P_s^{\alpha_2})(Y^{\alpha_3})(S^{\alpha_4}) \quad \dots\dots\dots (9)$$

Untuk mengestimasi parameter koefisien  $\alpha_1$ ,  $\alpha_2$ ,  $\alpha_3$ , dan  $\alpha_4$  dari persamaan di atas harus mentransformasikan ke dalam bentuk logaritma dari variabel tersebut :

$$\text{Log } Q_d = \log \alpha + \alpha_1 \log P + \alpha_2 \log P_s + \alpha_3 \log Y + \alpha_4 \log S \quad \dots\dots\dots (10)$$

Estimasi koefisien kemiringan ( $\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$ , dan  $\alpha_4$ ) dalam persamaan (9) mewakili persentase perubahan atau elastisitas rata-rata sehingga keuntungan dan formulasi pangkat dari fungsi permintaan adalah estimasi koefisien yang langsung memperlihatkan elastisitas permintaannya.

Selain itu, fungsi permintaan dari konsumen menurut konsep Marshall atau yang lebih dikenal dengan *Marshallian Demand Function* seperti yang diungkapkan Henderson dan Quandt (1980:18), bahwa fungsi tersebut adalah fungsi yang memperlihatkan jumlah satu komoditas yang bagi konsumen disebut sebagai fungsi dari harga komoditas dan pendapatan konsumen.

## **B. Temuan Penelitian Sejenis**

Hasil penelitian sejenis ini merupakan bagian yang menguraikan tentang beberapa pendapatan/ hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Dibawah ini dikemukakan beberapa hasil penelitian yang dilakukan dilapangan diantaranya :

- Titi Wulandari (2008:61) melakukan penelitian dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Rumah Real Estate di Kota Padang”. Dalam penelitiannya disimpulkan bahwa harga rumah, pendapatan dan jumlah penduduk berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan rumah di Kota Padang ( $\text{sig} : 0,531 < \alpha = 0,05$ ). Sumbangan dari ketiga variabel bebas dalam penelitian ini terhadap permintaan rumah adalah 53,1% berarti 46,9% permintaan rumah dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak diteliti dengan asumsi *ceteris paribus*.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah jenis produk yang akan diteliti. Selain itu faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen dalam penelitian ini adalah harga *Handphone* bekas Nokia, selera konsumen, pendapatan konsumen, dan harga barang substitusi (Harga *Handphone* bekas Samsung).

### **C. Kerangka Konseptual**

Kerangka konseptual ini dimaksudkan sebagai konsep untuk menjelaskan dan menentukan persepsi keterkaitan antara variabel-variabel yang akan diteliti berdasarkan permasalahan maupun antara variabel-variabel yang akan diteliti berdasarkan permasalahan maupun antara variabel yang diteliti berpijak dari teori yang telah dikemukakan di atas.

Berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hasil tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel bebas adalah variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variable terikat. Variabel bebas dilambang kan dengan (X). Variabel terikat adalah merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variable bebas. Variabel terikat dilambangkan dengan (Y).

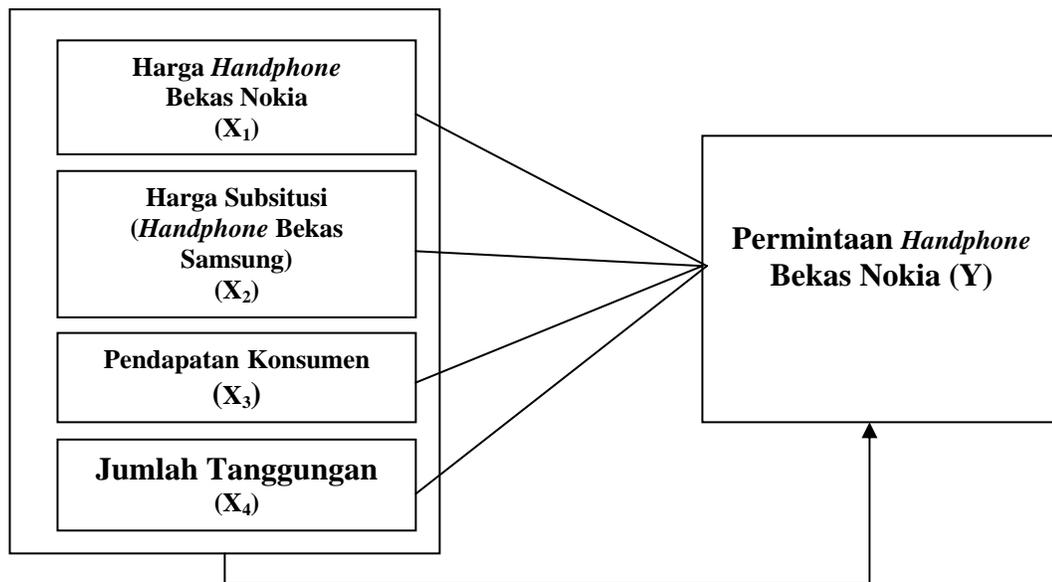
Dalam peneltitan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli *Handphone* bekas di kota Padang ini, yang menjadi variabel bebas (X) adalah pendapatan, jumlah tanggungan, harga, dan harga subsitusi. Sedangkan variable terikat (Y) adalah permintaan terhadap *Handphone* bekas. Dari hal tersebut diatas dapat dibuat kerangka konseptual sebagai berikut :

Harga *Handphone* bekas ( $X_1$ ) berpengaruh negatif terhadap permintaan *Handphone* bekas Nokia ( $Y$ ). Karena apabila terjadi peningkatan harga, maka permintaan terhadap *Handphone* bekas akan berkurang. Sebaliknya jika harga turun maka permintaan terhadap *Handphone* bekas akan meningkat. Sedangkan harga *Handphone* bekas Samsung ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap permintaan *Handphone* bekas. Karena *Handphone* bekas Samsung merupakan barang substitusi dari *Handphone* bekas Nokia, maka peningkatan harga *Handphone* bekas Samsung akan meningkatkan permintaan *Handphone* bekas Nokia. Dan sebaliknya penurunan harga *Handphone* bekas Samsung akan menurunkan permintaan *Handphone* bekas Nokia.

Pendapatan Konsumen ( $X_3$ ) berpengaruh positif terhadap permintaan terhadap *Handphone* bekas. Berarti semakin tinggi pendapatan konsumen maka akan semakin tinggi pula pendapatan yang disediakan untuk mengkonsumsi atau membeli *Handphone* bekas sampai pada tingkat utility tertentu. Begitu juga dengan Jumlah Tanggungan ( $X_4$ ) merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap *Handphone* bekas ( $Y$ ). Karena Jumlah Tanggungan ini berhubungan dengan akan meningkatkan permintaan terhadap barang tersebut.

Agar penulisan ini lebih terarah, maka penulis memberikan gambaran pada

Gambar 3:



**Gambar 3. Kerangka Konseptual Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan *Handphone* bekas Nokia Di Kota Padang**

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara pendapatan terhadap permintaan *Handphone* bekas di kota Padang

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_a : \beta_1 \neq 0$$

2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara jumlah tanggungan terhadap permintaan *Handphone* bekas di kota Padang

$$H_0 : \beta_2 = 0$$

$$H_a : \beta_2 \neq 0$$

3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap permintaan *Handphone* bekas di kota Padang

$$H_o : \beta_3 = 0$$

$$H_a : \beta_3 \neq 0$$

4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga Substitusi terhadap permintaan *Handphone* bekas di kota Padang

$$H_o : \beta_4 = 0$$

$$H_a : \beta_4 \neq 0$$

5. Terdapat pengaruh yang signifikan antara pendapatan, jumlah tanggungan, dan harga secara bersama-sama terhadap permintaan *Handphone* bekas di kota Padang

$$H_o : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \text{ dan } \beta_4 = 0$$

$$H_a : \text{salah satu koefisien regresi parsial } \neq 0$$

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan dapat disimpulkan:

1. Harga *Handphone* bekas merek Nokia berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan konsumen pada *Handphone* Nokia di Padang (sig =0,016) dengan tingkat pengaruh sebesar 0.362 satuan dengan asumsi *ceteris paribus*. Semakin tinggi tingkat harga *Handphone* bekas merek Nokia maka semakin bertambah permintaan konsumen terhadap *Handphone* bekas merek Nokia di Padang. Sebaliknya semakin rendah tingkat harga *Handphone* bekas merek Nokia maka semakin rendah pula permintaan konsumen terhadap *Handphone* bekas merek Nokia di Padang. Sumbangan secara parsial harga *Handphone* bekas merek Nokia terhadap permintaan konsumen terhadap *Handphone* bekas merek Nokia di kota padang adalah sebesar 0,244 dengan asumsi *ceteris paribus*.
2. Harga *Handphone* bekas merek Samsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan konsumen terhadap *Handphone* bekas merek Nokia di Padang (sig =0,016) dengan tingkat pengaruh sebesar 0,357 satuan dengan asumsi *ceteris paribus*. Semakin tinggi harga *Handphone* bekas merek Samsung maka semakin tinggi permintaan konsumen terhadap *Handphone* bekas merek Nokia di Padang. Sebaliknya semakin rendah harga *Handphone* bekas merek Samsung maka semakin rendah permintaan konsumen terhadap *Handphone*

bekas merek Nokia di Padang. Sumbangan secara parsial harga *Handphone* bekas merek Samsung terhadap permintaan *Handphone* bekas merek Nokia di kota Padang adalah sebesar 0,245 dengan asumsi *ceteris paribus*.

3. Pendapatan tidak berpengaruh terhadap permintaan *Handphone* bekas merek Nokia di Padang (sig =0,237) dengan asumsi *ceteris paribus*. Sumbangan secara parsial pendapatan terhadap permintaan *Handphone* bekas merek Nokia di kota Padang adalah sebesar 0,121 dengan asumsi *ceteris paribus*.
4. Jumlah tanggungan tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan *Handphone* bekas merek Nokia di Padang (sig =0,923) dengan asumsi *ceteris paribus*. Sumbangan secara parsial jumlah tanggungan terhadap permintaan *Handphone* bekas merek Nokia adalah sebesar -0,010 dengan asumsi *ceteris paribus*.
5. Harga *Handphone* bekas merek Nokia, harga *Handphone* bekas merek Samsung, pendapatan, dan jumlah tanggungan secara bersamaan memberikan pengaruh terhadap permintaan *Handphone* bekas merek Nokia di Kota Padang (sig =0,010) dengan asumsi faktor lainnya tetap atau *ceteris paribus*. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi harga *Handphone* bekas merek Nokia, harga *Handphone* bekas merek Samsung, pendapatan, dan jumlah tanggungan maka permintaan *Handphone* bekas merek Nokia di Padang juga meningkat. Sebaliknya semakin rendah harga *Handphone* bekas merek Nokia, harga *Handphone* bekas merek Samsung, pendapatan, dan jumlah tanggungan maka permintaan terhadap *Handphone* bekas merek Nokia di kota Padang akan menurun. Dimana rata-rata nilai variabel harga *Handphone* bekas merek Nokia

(X1) adalah sebesar 3,51, yang berarti bahwa responden menilai bahwa harga *Handphone* bekas merek Nokia murah, dengan tingkat capaian responden (TCR) adalah sebesar 70,20 persen. Kemudian nilai rata-rata variabel harga *Handphone* bekas merek Samsung (X2) adalah sebesar 2,95, yang berarti bahwa responden menilai bahwa harga *Handphone* bekas merek Samsung mungkin murah, dengan tingkat capaian responden (TCR) adalah sebesar 59,00 persen. Dan nilai rata-rata variabel permintaan *Handphone* bekas merek Nokia (Y) adalah sebesar 3,86, yang berarti bahwa responden ingin memiliki *Handphone* bekas merek Nokia, dengan tingkat capaian responden (TCR) adalah sebesar 77,20 persen.

## **B. Saran**

Dalam upaya meningkatkan permintaan konsumen terhadap *Handphone* bekas merek Nokia di Kota Padang, maka distributor Nokia perlu memperhatikan saran-saran yang penulis peroleh berdasarkan hasil penelitian penulis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli *Handphone* bekas merek Nokia di kota padang, diantaranya:

1. Dari hasil penelitian dapat kita ketahui bahwa harga *Handphone* bekas merek Samsung tidak mempunyai pengaruh yang besar terhadap permintaan *Handphone* bekas merek Nokia. Hal ini berarti bahwa harga *Handphone* bekas merek Samsung tidak terlalu mempengaruhi permintaan terhadap *Handphone* bekas merek Nokia. Tetapi walaupun demikian, distributor tidak boleh merasa senang karena persaingan di pasar telekomunikasi akan terus berlanjut karena diluar sana banyak bermunculan produk-produk baru yang siap bersaing di

pasar telekomunikasi contohnya saja Blackberry yang sekarang juga menyorot perhatian masyarakat. Untuk itu, distributor diharapkan dapat menjaga kepercayaan konsumen yaitu dengan menjaga kualitas produk-produknya khususnya *Handphone* bekas merek Nokia.

2. Diharapkan kepada distributor harus tetap berusaha menjaga kepercayaan konsumen terhadap *Handphone* bekas merek Nokia terutama dalam hal harga *Handphone* bekas merek Nokia tersebut. Sehingga konsumen tetap memiliki keinginan untuk membeli *Handphone* bekas merek Nokia sehingga tidak beralih ke produk lain.
3. Dari hasil penelitian disarankan kepada masyarakat selaku konsumen *Handphone* bekas merek Nokia yang memiliki pendapatan yang cukup untuk membeli *Handphone* bekas merek Nokia tersebut. Selain itu dengan jumlah pendapatan yang cukup untuk membeli *Handphone* bekas merek Nokia, diharapkan kepada konsumen agar terlebih dahulu memperhatikan dan mengetahui kondisi dari *Handphone* bekas merek Nokia sehingga tidak menimbulkan kekecewaan setelah *Handphone* bekas merek Nokia itu dibeli.
4. Untuk konsumen *Handphone* bekas merek Nokia yang memiliki jumlah tanggungan yang banyak agar dapat mempertimbangkan kembali keinginan untuk memiliki *Handphone* bekas merek Nokia. Dimana jumlah tanggungan keluarga yang banyak sehingga biaya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari juga relatif besar, sehingga kepala keluarga yang memiliki jumlah tanggungan yang banyak harus kembali memperhitungkan kemampuan untuk membeli *Handphone* bekas merek Nokia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfarisi, Salman. (2008). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Air Minum Depot Isi Ulang (AMDIU) di Kel. Surau Gadang Kec. Nanggalo Kota Padang (Skripsi)*. Padang UNP
- Arsyad, Licolin. (1995). *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: Bagian Penerbit STIE YPKN
- Awangga, Syaiful N. (2007). *Desain Proposal Penelitian*. Yogyakarta : Pyramid Publisher.
- BPS, (2008). *Padang Dalam Angka*. Padang: BPS
- Febrianti D. Lona. (2006). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Terhadap Jasa Penumpang Angkutan Udara (Studi Kasus : PT. Garuda Indonesia Cabang Padang) (Skripsi)*. Padang. UNP
- Gilarso. 1992. *Pengantar Ilmu Ekonomi bagian Mikro*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius
- Gujarati, Damodar. 1994. *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Idris. 2004. *Analisis Model Data Kuantitatif dengan Program SPSS*. Padang : Penerbit MM UNP
- Kadariah. (1994). *Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta : FE UI
- Lipsey, Ricard G dan Peter O. Steinger. (1991). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Jakarta: Rineka Cipta
- Mandala, GS dan Miller, Ellen. 1989. *“Microeconomics : Theory and Application”*, International Edition, Penerbit, Mc Graw-Hill Book Company
- Nicholson. Walter. (2001). *Teori Ekonomi Mikro*. Penerjemah Deliarnov. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada
- Pindyck, Robert S. dan Daniel L. Rubinfeld. (2003). *Mikro Ekonomi*. Jakarta: PT. Indeks
- Salvatore, Dominick. 2001. *Managerial Economics*. Edisi ke empat. Jakarta : Erlangga
- Samuelson, Paul A. (1996). *Ekonomi*. Jakarta: Erlangga
- Samuelson, Paul dan William D Nordhaus. 1992. *Ekonomi*. Jakarta. Erlangga