

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN
BUKU DI TOKO GRAMEDIA PADANG**

SKRIPSI

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



Oleh

**ARMAIZORA
NIM. 65343/2005**

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

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN
BUKU DI TOKO GRAMEDIA PADANG**

Nama : Armaizora
Bp/NIM : 2005 / 65343
Keahlian : Perencanaan Pembangunan
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Fakultas : Ekonomi

Padang, Agustus 2010

Disetujui Oleh

Pembimbing I :

Pembimbing II :

Dra. Armida S, M.Si
NIP : 19660206 199203 2 001

Novya Zulva Riani, SE,M.Si
NIP : 19711104 200501 2 001

Mengetahui

Ketua Prodi Ekonomi Pembangunan

Dr. Sri Ulfa Sentosa, M.S
NIP : 19610502 198601 2 001

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

*Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Program Studi
Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN BUKU DI TOKO GRAMEDIA PADANG

Nama : Armaizora
BP/NIM : 2005/65343
Keahlian : Perencanaan Pembangunan
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Fakultas : Ekonomi

Padang, Agustus 2010

Tim Penguji

No. Jabatan	Nama	Tanda Tangan
1. Ketua	: Dra. Armida, S. M.Si	1. _____
2. Sekretaris	: Novya Zulva Riani, SE, M.Si	2. _____
3. Anggota	: Dr. H. Hasdi Aimon, M.Si	3. _____
4. Anggota	: Dr. H. Idris, M.Si	4. _____

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **ARMAIZORA**
NIM/Thn. Masuk : 65343/2005
Tempat/Tgl. Lahir : Padang/09 Mei 1986
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Keahlian : Perencanaan Pembangunan
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jl. Parkit V no. 5 Air Tawar Barat Padang
No. HP/Telepon : 085274003224
Judul Skripsi : Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Buku di Toko Gramedia Padang

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 di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis/skripsi ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis/skripsi 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 di Perguruan Tinggi.

Padang,
Yang menyatakan,

ARMAIZORA
NIM. 65343/2005

ABSTRAK

ARMAIZORA 2005 / 65343 : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Buku di Toko Gramedia Padang. Skripsi. Program Studi Ekonomi Pembangunan. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Padang. Di bawah bimbingan Ibu Dra. Armida S, M.Si dan Ibu Novya Zulva Riani, SE. M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) Pengaruh harga buku di Toko Gramedia Padang terhadap permintaan buku di Toko Gramedia Padang (2) Pengaruh preferensi konsumen terhadap permintaan buku di Toko Gramedia Padang (3) Pengaruh pendapatan konsumen terhadap permintaan buku di Toko Gramedia Padang (4) Pengaruh harga buku di Toko Gramedia Padang, preferensi konsumen, dan pendapatan konsumen terhadap permintaan buku di Toko Gramedia Padang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan asosiatif. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dari 60 sampel konsumen buku di Toko Gramedia Padang dengan teknik pengumpulan data angket menggunakan teknik *accidental random sampling*. Teknik analisis data adalah deskriptif dan induktif. Analisis induktif dalam penelitian ini mencakup (1) Uji Multikolinearitas. (2) Uji Normalitas. (3) Uji Heterokedastisitas. (4) Analisis regresi linear berganda. (5) Analisis Determinasi (R^2). (6) Uji t. (7) Uji F dan menggunakan $\alpha = 0,05$

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Secara parsial harga buku di Toko Gramedia Padang berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan buku di Toko Gramedia Padang ($\text{sig} = 0,037$) dengan tingkat pengaruh sebesar -0,292 (2) Secara parsial preferensi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan buku di Toko Gramedia Padang ($\text{sig} = 0,000$) dengan tingkat pengaruh sebesar 0,595 (3) Secara parsial pendapatan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan buku di Toko Gramedia Padang ($\text{sig} = 0,044$) dengan tingkat pengaruh sebesar 0,521 (4) Harga buku di Toko Gramedia Padang, preferensi konsumen, dan pendapatan konsumen secara bersama-sama memberikan pengaruh terhadap permintaan buku di Toko Gramedia Padang ($\text{sig} = 0,000$). Sumbangan variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat adalah sebesar 48,7 persen sedangkan sisanya sebesar 51,3 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Penulis menyarankan Toko Gramedia Padang yang didukung oleh PT. Gramedia Asri Media agar meningkatkan inovasi dan kreasi yang lebih baik, penetapan harga yang sesuai dengan utilitas yang diberikan pada konsumen, serta peningkatan pelayanan, keamanan, kenyamanan guna meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap produk Toko Gramedia.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan buku di Toko Gramedia Padang”.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana stasa satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan, bimbingan, arahan dan motivasi dari berbagai pihak.

Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dra. Armida S, M.Si selaku pembimbing satu dan Ibu Novya Zulva Riani, SE, M.Si selaku pembimbing dua, yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bimbingan dari Beliau.

Selanjutnya, penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Syamsul Amar B, M.S selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberi izin pada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Sri Ulfa Sentosa, M.S selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan yang telah memberikan kemudahan-kemudahan serta bimbingan untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Akhirmen, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Pembangunan yang telah memberikan kemudahan-kemudahan serta bimbingan untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Dr. H. Hasdi Aimon, M.Si dan Bapak Dr. Idris, M.Si selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan sarannya demi kesempurnaan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu dosen staf pengajar pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, yang telah memberikan ilmunya dengan ikhlas selama penulis berada di bangku kuliah.
6. Pimpinan dan seluruh pihak yang terlibat dalam penelitian penulis di Toko Gramedia Padang yang telah membantu memberikan kemudahan kepada penulis dalam pengambilan data penelitian ini.
7. Karyawan-Karyawati ruang baca Fakultas Ekonomi dan pustaka pusat Universitas Negeri Padang, yang telah banyak memberikan bantuan dalam pencarian sumber buku untuk penulisan skripsi ini.
8. Karyawan bagian Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
9. Teristimewa kepada ayah dan ibu tercinta serta adik-adikku yang tersayang, yang telah tulus dan ikhlas memberikan dorongan baik moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat dan teman-teman seperjuangan yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Dan semua pihak yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi sebagai tugas akhir untuk mendapatkan gelar sarjana.

Hanya kepada Allah SWT penulis memohon semoga jasa baik yang telah diberikan dibalas oleh Allah SWT dengan pahala yang setimpal, Amin...

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini dimasa yang akan datang. Akhirnya, penulis berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Atas perhatian dari semua pihak, penulis ucapkan terima kasih.

Padang, Agustus 2010

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	
HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	7
D. Perumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	9
 BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teori	10
1. Teori Permintaan	10
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan	13
3. Elastisitas Permintaan	18
4. Fungsi Permintaan	20
5. Teori Prilaku Konsumen	23
a. Preferensi Konsumen	24
b. Kendala Anggaran.....	24
c. Pilihan-pilihan Konsumen.....	24
1). UtilitasPerubahan Harga	24
2). Efek SubstitusiPerubahan Pendapatan	27
3). Efek Pendapatan.....	28

4). Perubahan Harga.....	28
5). Perubahan Pendapatan.....	29
B. Temuan Penelitian Sejenis	33
C. Kerangka Konseptual	35
D. Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	37
B. Tempat dan Waktu Penelitian	37
C. Populasi dan Sampel	37
D. Jenis dan Sumber Data	38
E. Teknik Pengumpulan Data	39
F. Definisi Operasional	39
G. Uji Kuesioner	41
H. Teknik Analisis Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Sejarah PT. Gramedia Asri Media	52
B. Karakteristik Responden	54
C. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	56
D. Analisis Induktif	62
E. Pembahasan	72
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	77
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Jumlah Permintaan Buku di Toko Gramedia Padang Tahun 2002 - 2008.....	3
Tabel 2. Contoh-contoh harga buku di Toko Gramedia Padang	4
Tabel 3. Pendapatan Perkapita Penduduk Kota Padang Atas Dasar Harga Berlaku Tahun 2001-2007	5
Tabel 4. Hasil Uji Validitas.....	40
Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 6. Distribusi Frekuensi umur Responden.....	52
Tabel 7. Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden.....	53
Tabel 8. Distribusi Frekuensi Pekerjaan Responden	54
Tabel 9. Distribusi Frekuensi Harga Buku Di Toko Gramedia Padang (X_1)	55
Tabel 10. Distribusi Frekuensi Preferensi Konsumen (X_2)	56
Tabel 11. Distribusi Frekuensi Pendapatan Konsumen (X_3)	58
Tabel 12. Distribusi Frekuensi Permintaan Buku di Toko Gramedia Padang (Y)	60
Tabel 13. Hasil Uji Multikolinearitas	61
Tabel 14. Hasil Uji Normalitas	62
Tabel 15. Hasil Uji Heterokedastisitas	63
Tabel 16. Nilai Dugaan Koefesien Regresi Linear Berganda	64
Tabel 17. Hasil Perhitungan Koefesien Determinasi	65
Tabel 18. Hasil Uji t	67
Tabel 19. ANOVA	69

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Pergeseran Kurva Permintaan konsumen	12
Gambar 2. Efek Substitusi	25
Gambar 3. Garis Harga Konsumsi	26
Gambar 4. Perubahan Pendapatan	27
Gambar 5. Memaksimalkan Kepuasan Konsumen	29
Gambar 6. Kurva Permintaan Konsumen	30
Gambar 7. Kerangka Konseptual Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Buku di Toko Gramedia Padang	33

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Tabulasi Data Uji Coba	80
2. Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas	83
3. Angket Penelitian	86
4. Tabulasi Data Penelitian	90
5. Tabel Distribusi Frekuensi Permintaan Buku di Toko Gramedia Padang (Y)	92
6. Tabel Distribusi Frekuensi Harga Buku di Toko Gramedia Padang (X_1)	94
7. Tabel Distribusi Frekuensi Preferensi Konsumen (X_2)	95
8. Tabel Distribusi Frekuensi Pendapatan Konsumen (X_3)	98
9. Hasil Uji Normalitas	99
10. Hasil Uji Park Heterokedastisitas	99
11. Hasil Uji Regresi	100
12. Tabel t	104
13. Tabel F	106
14. Surat penelitian	108

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan di berbagai bidang merupakan tujuan yang ingin dicapai oleh setiap negara. Kemajuan di berbagai bidang ini akan meningkatkan pembangunan dan akhirnya menciptakan kesejahteraan masyarakat secara merata. Pembangunan di bidang pendidikan adalah upaya untuk meningkatkan dan menciptakan masyarakat yang cerdas. Pembangunan pendidikan adalah hal yang sangat penting untuk mamajukan perekonomian nantinya.

Melalui pendidikanlah Kita bisa menciptakan Sumber Daya manusia yang cerdas dan memiliki daya saing tinggi. Pendidikan telah dipandang sebagai salah satu investasi manusia yang sangat menentukan dalam meningkatkan Sumber Daya Manusia serta dalam menciptakan pembangunan ekonomi nantinya. Menurut Blaug dalam Sagala (2004:119), investasi di bidang pendidikan dinilai sebagai tindakan yang relevan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi jangka panjang.

Untuk mewujudkan pembangunan bidang pendidikan maka Kita memerlukan sarana dan prasarana serta alat-alat bantu untuk memajukan pendidikan itu sendiri. Salah satu alat bantu yang bisa memajukan pendidikan itu adalah buku, dimana buku merupakan sumber Ilmu Pengetahuan. Tersedianya

buku-buku sebagai sumber pengetahuan tentunya berkaitan erat dengan perkembangan perusahaan percetakan dan toko buku.

PT. Gramedia Asri Media adalah salah satu perusahaan percetakan buku yang populer di Indonesia. Kelompok Kompas Gramedia (KKG) mendirikan jaringan toko buku untuk memperkuat penyebaran produk. Toko Gramedia didirikan oleh P.K. Ojong pada tanggal 2 Februari 1970, Dia juga pendiri KKG. Misinya adalah turut serta menyebarkan produk pendidikan dan informasi demi tercapainya cita-cita bersama mencerdaskan kehidupan bangsa. Walaupun sering ada pengadaan buku-buku gratis di sekolah tetapi itu tidak mengurangi permintaan masyarakat terhadap buku di Toko Gramedia.

Pendistribusian buku melalui toko buku Gramedia terus meningkat. Dari sebuah toko buku kecil yang berukuran 25 m² dan beralokasi di Jalan Gajah Mada Jakarta Barat. Toko Buku Gramedia sampai tahun 2002 telah tumbuh dan berkembang menjadi 50 Toko yang tersebar di beberapa kota utama di Indonesia. Pada awal berdirinya Toko Gramedia hanya menawarkan buku saja , namun saat ini sudah beragam produk yang ditawarkan di Toko Gramedia seperti stationery, peralatan kantor, peralatan olah raga, CD-ROM dan lain-lain, tetapi buku tetap menjadi produk utama di toko Gramedia.

Untuk melancarkan pendistribusian buku yang menjadi kebutuhan pendidikan tersebut, sekarang Toko Gramedia telah tersebar di kota-kota utama di seluruh Indonesia. Salah satu cabang Toko Gramedia tersebut berada di Kota Padang yang beralamat di Jl. Damar no. 63, Padang 25116. telp. (0751) 37003 dan 20461. Fax.(0751) 23714, email: gam14@gramediabooks.com. Toko Gramedia

Padang merupakan salah satu toko buku yang menjadi tujuan utama masyarakat di Kota Padang Untuk mencari buku yang diinginkan. Permintaan Masyarakat terhadap buku di Toko gramedia Padang terus meningkat.

Perkembangan permintaan konsumen terhadap buku di Toko Gramedia Padang kemungkinan dipengaruhi oleh banyak faktor . Berikut ini kita bisa melihat jumlah permintaan buku di Toko Gramedia Padang

Tabel. 1
Permintaan Buku di Toko Gramedia Padang
dari tahun 2002-2008

Tahun	Permintaan Buku di Toko Gramedia Padang	Perkembangan (%)
2002	27375	-
2003	31407	14,7
2004	34310	9,2
2005	39458	15
2006	43681	10,7
2007	48180	10,2
2008	49868	3,5
Rata-rata	39.182	10,55

Sumber : Toko Gramedia Padang 2009

Dari data diatas dapat kita lihat terjadinya peningkatan permintaan konsumen terhadap buku baik di Toko Buku Gramedia Padang tiap tahunnya dari tahun 2002 sampai dengan tahun 2008. Rata-rata permintaan buku di Toko Gramedia Padang tinggi tiap tahunnya, dimana di Toko Gramedia sebanyak 39.182 buah.

Kemudian kalau Kita lihat dari persentase perkembangan permintaan buku tiap tahunnya maka terjadi fluktuasi pada Toko Gramedia. Rata-rata perkembangan permintaan buku di Toko Gramedia sebesar 10,55% pertahunnya

Perkembangan permintaan buku di toko Gramedia Padang tiap tahunnya merata atau tidak terjadi peningkatan yang sangat menonjol, Terjadinya peningkatan permintaan konsumen terhadap buku di Toko Gramedia Padang diduga dipengaruhi oleh banyak faktor. Harga buku di Toko Gramedia Padang diduga mempengaruhi permintaan konsumen terhadap buku di Toko Gramedia Padang. Harga buku di Toko Gramedia Padang cenderung lebih tinggi dari pada harga buku di Toko buku lain di Kota Padang tetapi fakta yang ada di lapangan permintaan terhadap buku di Toko Gramedia Padang tinggi, padahal harga diduga mempengaruhi permintaan buku di Toko Gramedia Padang.

Tabel. 2

Contoh-contoh Harga Buku di Toko Gramedia Padang

No	Judul Buku	Harga Buku di Toko Gramedia Padang	Pengarang
1	Akuntansi Suatu Pengantar	91.000	Soemarso
2	Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan	87.000	Jhingan
3	Ayat-Ayat Cinta	52.000	Habiburrahman Elshirazy
	Teori Makro Ekonomi	87.000	Sadono Sukirno
5	Perkembangan Pemikiran Ekonomi	51.000	Delliarnov
6	Ekonomi Regional	36.000	Dr. Robinson Tarigan
7	Pengantar Teori Ekonomi	117.000	Suherman Rosyidi
8	Investment	179.900	Kane, Bodi, Marcus
9	Akuntansi Keuangan Menengah	57.000	Hery, SE
11	Bukan Pelacur Biasa	64.000	Sarah Dunant
12	Akuntansi Biaya	99.900	Carter Usry

Sumber : Toko Gramedia Padang , 2009

Dari tabel 2 diatas dapat kita lihat bebrapa contoh buku yang dijual di Toko Gramedia Padang. Kita bisa melihat harga buku yang dijual di Toko Gramedia Padang cukup tinggi, tetapi harga buku tersebut tidak mengurangi permintaan konsumen terhadap buku di Toko Gramedia Padang, permintaan buku terus

meningkat tiap tahunnya di Toko Gramedia Padang, ini adalah fenomena yang penulis lihat terjadi di lapangan

Jumlah penduduk juga berkemungkinan menjadi faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap buku di Toko Gramedia Padang. Semakin meningkat jumlah penduduk tentunya ini secara otomatis menyebabkan peningkatan kebutuhan, termasuk kebutuhan akan buku yang menjadi alat penting untuk pendidikan masyarakat.

Pendapatan Konsumen juga berkemungkinan mempengaruhi permintaan konsumen terhadap buku di Toko Gramedia Padang. Berikut adalah data perkembangan pendapatan perkapita penduduk Kota Padang dari tahun 2001 – 2007

Tabel 3
Pendapatan Perkapita Penduduk Kota Padang
Atas Dasar Harga Berlaku
Tahun 2001-2007

Tahun	Pendapatan Perkapita (Rp)	Perkembangan (%)
2001	10.196.717,41	-
2002	11.921.060,28	14,46
2003	12.889.049,06	7,51
2004	13.969.030,04	7,73
2005	14.978.516,69	6,74
2006	16.781.409,46	10,74
2007	18.514.622,13	9,36
Rata-rata	14.178.629,30	9,24

Sumber : BPS Kota Padang (Data Diolah), 2009

Dapat dilihat pada Tabel 3 bahwa pendapatan perkapita masyarakat Kota Padang secara nominal meningkat dari tahun ke tahun, namun untuk persentase

pertumbuhannya terlihat berfluktuasi. Pertumbuhan pendapatan penduduk yang berfluktuasi selama tujuh tahun terakhir ini mungkin akan mempengaruhi permintaan konsumen terhadap buku di Toko Gramedia Padang.

Namun secara nominal, dari tahun 2001 sampai dengan tahun 2007 pendapatan perkapita masyarakat Kota Padang meningkat sebesar 44,93%, serta tumbuh sekitar 9,24% pertahunnya. Hal ini juga mungkin akan meningkatkan minat masyarakat terhadap buku di Toko Gramedia Padang.

Peningkatan pendapatan perkapita yang paling tinggi tercatat pada tahun 2002 yaitu sebesar 14,46%, hal ini mungkin disebabkan oleh perbaikan ekonomi secara terus menerus yang menyebabkan peningkatan kesempatan kerja dan pendapatan perkapita masyarakat. Peningkatan pendapatan perkapita ini juga mungkin akan mempengaruhi peningkatan permintaan terhadap buku di Toko Gramedia Padang.

Untuk tahun 2003 sampai dengan tahun 2005 pertumbuhan persentase pendapatan perkapita masyarakat terlihat terus menurun, sehingga mungkin akan mempengaruhi permintaan konsumen terhadap buku di Toko Gramedia Padang. Namun pada tahun 2006, pertumbuhan persentase pendapatan perkapita masyarakat Kota Padang meningkat sebesar 10,74%, mungkin akan mempengaruhi peningkatan permintaan terhadap buku di Toko Gramedia Padang.

Tingkat pendidikan konsumen juga berkemungkinan mempengaruhi permintaan konsumen terhadap buku di Toko Gramedia Padang. Kemajuan pendidikan seseorang juga sangat didukung oleh sarana dan prasarana yang

memadai, salah satunya ketersediaan buku. Semakin tinggi pendidikan seseorang mungkin meningkatkan permintaan konsumen terhadap kebutuhan fasilitas pendidikan seperti buku.

Selain faktor harga buku di Toko Gramedia, , pendapatan konsumen, pendidikan konsumen, jumlah penduduk, maka preferensi konsumen juga sangat menentukan permintaan konsumen terhadap buku di Toko Gramedia Padang. Menurut Sukirno (2003:83) cita rasa masyarakat memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan masyarakat untuk membeli barang-barang.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis ingin mengetahui dan meneliti lebih jauh tentang pengaruh dari faktor-faktor yang yang mempengaruhi permintaan buku di Toko Gramedia Padang dan dituangkan penulis dalam bentuk skripsi yang berjudul ''FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN BUKU DI TOKO GRAMEDIA PADANG''.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka untuk lebih jelasnya, masalah tersebut dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Harga buku di Toko Gramedia Padang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap buku di Toko Gramedia Padang.
2. Pendapatan konsumen mempengaruhi permintaan konsumen terhadap buku di Toko Gramedia Padang.

3. Preferensi konsumen mempengaruhi permintaan konsumen terhadap buku di Toko Gramedia Padang.
4. Jumlah penduduk mempengaruhi permintaan konsumen terhadap buku di Toko Gramedia Padang.
5. Tingkat pendidikan konsumen mempengaruhi permintaan konsumen terhadap buku di Toko gramedia Padang.

C. Pembatasan Masalah

Dalam penulisan skripsi ini, Penulis berusaha membatasi masalah yang akan diteliti nantinya. Selain karena keterbatasan kemampuan penulis, hal ini bertujuan agar penelitian lebih terarah nantinya. Oleh karena itu Penulis mencoba meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan buku di Toko Gramedia Padang khususnya faktor harga, preferensi konsumen, dan pendapatan konsumen.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian sebagai berikut :

1. Sejauhmana harga buku di Toko Gramedia Padang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap buku di Toko Gramedia Padang?
2. Sejauhmana preferensi konsumen mempengaruhi permintaan konsumen terhadap buku di Toko Gramedia Padang?

3. Sejauhmana pendapatan konsumen mempengaruhi permintaan konsumen terhadap buku di Toko Gramedia Padang?
4. Sejauhmana harga buku di Toko Gramedia Padang, preferensi konsumen, dan pendapatan konsumen mempengaruhi permintaan konsumen terhadap buku di Toko Gramedia Padang?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Pengaruh harga buku di Toko Gramedia Padang terhadap permintaan konsumen pada buku di Toko Gramedia Padang.
2. Pengaruh preferensi konsumen terhadap permintaan konsumen pada buku di Toko Gramedia Padang.
3. Pengaruh pendapatan konsumen terhadap permintaan konsumen pada buku di Toko Gramedia Padang.
4. Pengaruh harga buku di Toko Gramedia, preferensi konsumen, dan pendapatan konsumen terhadap permintaan konsumen pada buku di Toko Gramedia Padang.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan bisa bermamfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi penulis sendiri, sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang dan untuk menambah pengetahuan penulis.
2. Untuk pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya ekonomi mikro.
3. Bagi penelitian lebih lanjut, terutama yang meneliti tentang permintaan barang.
4. Bagi pengambil kebijakan terutama Toko Gramedia Padang dalam peningkatan permintaan konsumen terhadap buku di Toko Gramedia Padang.

BAB II

KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS

A. Kajian Teori

1. Teori Permintaan

Permintaan terhadap suatu komoditas adalah banyaknya kesatuan komoditas yang akan dibeli oleh konsumen pada berbagai macam kemungkinan seperti tingkat harga pada waktu tertentu dan syarat-syarat tertentu pula. Teori permintaan adalah berbagai jumlah dari suatu barang tertentu yang hendak dibeli konsumen tertentu pada berbagai kemampuan harga dalam suatu waktu tertentu.

Menurut Pyndick dan Rubinfeld (2003:104) analisis permintaan dapat dilakukan dengan beberapa tahap :

- 1) Mempelajari permintaan konsumen perorangan, karena Kita tahu bagaimana perubahan dalam harga dan pendapatan mempengaruhi garis anggaran seseorang, dengan ini kita dapat mengetahui bagaimana keduanya mempengaruhi pilihan konsumen
- 2) Menguji efek perubahan harga secara lebih rinci, karena apabila harga suatu barang naik permintaan individu untuk barang tersebut dapat berubah
- 3) Melihat bagaimana kurva permintaan perorangan dapat digabungkan untuk menentukan kurva permintaan pasar
- 4) Menggambarkan efek eksternalitas jaringan, yaitu apa yang terjadi ketika permintaan seseorang terhadap suatu barang juga bergantung pada permintaan orang lain
- 5) Menjelaskan beberapa metode yang dapat dipakai untuk memperoleh informasi empiris mengenai permintaan

Menurut Sukirno(2005:75) teori permintaan menerangkan tentang ciri-ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Berdasarkan ciri hubungan antara permintaan dapat dibuat grafik yang disebut dengan kurva permintaan. Selanjutnya, menurut Sukirno (2005:76) dalam membicarakan teori permintaan dalam ekonomi membuat analisis yang lebih sederhana. Dimana dalam analisis ekonomi ini dianggap bahwa permintaan suatu barang dipengaruhi oleh tingkat harga

Pengertian permintaan menurut Gilarso(1992:136) adalah jumlah suatu barang yang mau dan dapat diteliti oleh konsumen pada berbagai kemungkinan harga dalam jangka waktu tertentu dengan anggapan hal-hal lain tetap sama. Samuelson(1996:91) mengemukakan hukum permintaan dengan kemiringan negatif. Dimana jika harga suatu komoditi naik(hal lain tetap) pembeli cenderung lebih sedikit membeli barang tersebut. Demikian juga sebaliknya jika harga suatu barang turun maka jumlah barang yang akan dibeli juga akan meningkat.

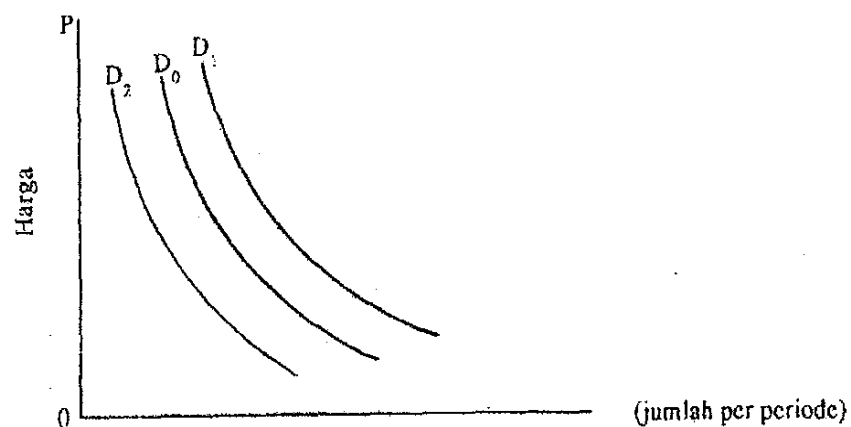
Sementara Arsyad(1995:22) mengemukakan bahwa konsep permintaan digunakan untuk menunjukkan keinginan seseorang pembeli pada suatu pasar. Menurut Kadariah(1994:22) jika orang mengatakan permintaan, maka yang dimaksud adalah permintaan yang disertai dengan daya beli(*money demand*) terhadap suatu barang. Jadi permintaan suatu barang adalah banyaknya kesatuan barang yang akan dibeli oleh konsumen pada

berbagai macam kemungkinan tingkat harga pada waktu dan syarat tertentu.

Menurut Penulis bahwa permintaan merupakan kemampuan konsumen dalam memilih, memiliki, dan mengonsumsi suatu barang atau jasa berdasarkan pendapatan konsumen sesuai dengan tingkat harga yang berlaku pada saat itu. Jika harga suatu barang normal meningkat maka permintaan akan barang tersebut akan menurun, dan begitupun sebaliknya.

Pergeseran pada kurva permintaan dapat terjadi dan digambarkan berdasarkan asumsi *ceteris paribus*, dimana kurva permintaan dapat bergeser dengan banyak cara dan ada 2 diantaranya (Kadariah,1994:5):

- a. Dalam kasus pertama, pada tiap harga dibeli jumlah yang lebih banyak dan kurva permintaan bergeser kekanan, sehingga tiap harga berhubungan dengan jumlah yang lebih besar dari sebelumnya.
- b. Dalam kasus kedua, pada tiap harga dibeli jumlah yang kurang dan kurva permintaan bergeser ke kiri, sehingga tiap harga berhubungan dengan jumlah yang lebih kecil dari sebelumnya.



Gambar 1. Pergeseran Kurva Permintaan

Pergeseran kurva permintaan ke kanan dari D_0 ke D_1 menunjukkan kenaikan dalam permintaan. Pergeseran kurva ke kiri dari D_0 ke D_2 menunjukkan penurunan dalam permintaan. Pergeseran ke kanan seperti kurva yang di atas dapat disebabkan oleh kenaikan pendapatan, kenaikan dalam harga substitusi, penurunan, dalam harga komplemen, kenaikan dalam selera yang menguntungkan komoditi tersebut.

Kenaikan jumlah penduduk, redistribusi pendapatan yang menguntungkan kelompok yang menyenangi komoditi tersebut. Penurunan dalam permintaan berarti bahwa jumlah yang diminta harga berkurang. Pergeseran kurva ke kiri disebabkan oleh penurunan pendapatan, penurunan harga substitusi, kenaikan harga komplemen, perubahan selera yang merugikan komoditi tersebut, penurunan jumlah penduduk, redistribusi pendapatan yang merugikan kelompok yang menyenangi komoditi tersebut.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan

Permintaan seseorang atau suatu masyarakat terhadap suatu barang ditentukan oleh berbagai faktor. Samuelson (1996:62) mengungkapkan bahwa dengan mengambil contoh komoditi buku, maka faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan buku adalah :

- a. Harga buku
- b. Harga barang lain yang berhubungan
- c. Pendapatan rata-rata

- d. Selera
- e. Jumlah penduduk
- f. Ramalan di masa yang akan datang
- g. Faktor khusus

a. Harga barang itu sendiri

Harga yaitu sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang (Swasta, 2008). Faktor-faktor yang mempengaruhinya yaitu; keadaan ekonomi, penawaran dan permintaan, elastisitas permintaan, persaingan, biaya, kebijakan manager, serta pengawasan pemerintah. Sedangkan menurut Sumarwan (2003:303) harga adalah atribut produk jasa yang paling sering digunakan oleh konsumen untuk mengevaluasi produk.

Joesron dan Fathorrozi (2003:13) juga mengungkapkan bahwa pertalian antara harga dan permintaan yang berbanding terbalik menimbulkan konsekuensi bahwa apabila harga naik maka permintaan turun dan apabila harga turun maka permintaan akan naik. Hubungan terbalik antara harga dan kuantitas yang diminta ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Jika harga barang naik, pendapatan merupakan kendala bagi konsumen untuk melakukan pembelian yang lebih banyak.
- 2) Jika harga barang naik, konsumen akan mencari barang pengganti.

b. Harga barang Lain yang berhubungan

Sukirno (2000:80) mengungkapkan bahwa harga barang lain sangat dipengaruhi oleh sifat atau hubungan antara satu jenis barang terhadap barang lain, sifat tersebut dapat dibagi menjadi tiga jenis, yaitu :

- 1) Barang pengganti, apabila ia dapat menggantikan fungsi dari barang lain.
- 2) Barang penggenap, apabila selalu digunakan bersama-sama dengan barang lainnya.
- 3) Barang netral, apabila dua macam barang tidak mempunyai perkaitan yang rapat, perubahan ke atas permintaan salah satu barang tidak akan mempengaruhi permintaan barang lainnya.

Samuelson (1996:118) juga mengungkapkan bahwa semakin langka suatu barang, maka makin besar nilai substitusi relatifnya, utilitas marginalnya akan meningkat relatif terhadap utilitas marginal barang-barang yang lebih banyak tersedia. Kemiringan kurva indifferen merupakan ukuran relatif dari utilitas barang atau nilai substitusinya di mana seorang konsumen bersedia menukarkan lebih persediaan barang yang satu untuk memperoleh lebih banyak unit barang lainnya.

Barang substitusi disebut juga sebagai barang pengganti, di mana apabila suatu barang dapat menggantikan fungsi barang lain maka disebut sebagai barang pengganti. Jika konsumen diasumsikan

tidak tau apa-apa tentang barang yang akan membelinya, maka harga barang pengganti sangat berpengaruh pada permintaan konsumen, jika harga suatu barang meningkat sedangkan barang penggantinya tidak maka konsumen akan cenderung beralih pada barang pengganti. Lain halnya jika harga barang utama dan harga barang pengganti tidak terlalu jauh berbeda maka konsumen akan lebih memilih barang utama atau barang yang dipilihnya lebih dulu.

c. Pendapatan rata-rata

Pendapatan adalah imbalan yang diterima seorang konsumen dari pekerjaan yang dilakukannya untuk mencari nafkah (Sumarwan, 2003:204). Sedangkan menurut BPS (2007:81) mengungkapkan pendapatan adalah total perolehan hasil usaha dalam suatu keluarga dibagi jumlah anggota keluarga yang mencakup perbandingan tingkat pengeluaran minimum dan pendapatan minimum perkapita. BPS dalam Susanti (2008:25) juga membagi pendapatan sebagai berikut:

- 1) Pendapatan uang yaitu pendapatan yang berasal dari segi gaji dan upah, komisi dan hasil investasi.
- 2) Pendapatan berupa barang yaitu pendapatan yang berasal dari bagian pembayaran upah dan gaji.
- 3) Penerimaan yang bukan dari pendapatan, berupa pengambilan tabungan. Penjualan barang yang dapat dipinjam uang berhadiah dan warisan.

Sukirno (2005:81) membedakan jenis barang berdasarkan sifat perubahan permintaan yang berlaku apabila permintaan berubah

menjadi empat golongan, yaitu , barang inferior , barang esensial , barang normal , dan barang mewah.

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 peningkatan barang normal, 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.

Barang mewah adalah jenis barang yang dibeli orang apabila pendapatan mereka sudah relatif tinggi dalam golongan ini. Contoh: emas, intan, mobil . Biasanya barang tersebut baru dibeli masyarakat setelah dapat memenuhi kebutuhan yang pokok seperti makanan, pakaian, dan perumahan.

d. Selera

Selera masyarakat dilatar belakangi oleh aspek sosial dan budaya masyarakat, sehingga permintaan akan suatu barang dalam suatu daerah akan berbeda dengan daerah lain. Selain sosial budaya,

pendidikan juga merupakan faktor yang sangat mempengaruhi selera konsumen dalam memilih barang atau jasa yang akan dikonsumsi.

Sukirno (2005:82) mengungkapkan bahwa cita rasa atau selera konsumen memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan masyarakat untuk membeli barang-barang. Cita rasa atau selera konsumen ini sangat tergantung bagaimana persepsi konsumen akan suatu barang, biasanya konsumen cenderung mencari informasi tertentu tentang suatu barang sebelum barang tersebut dibeli, sehingga saat barang tersebut sesuai dengan kriteria yang dibutuhkannya maka konsumen membeli dengan tingkat harga yang wajar.

Reksoprayitno (2000:35) juga mengungkapkan bahwa cita rasa atau selera konsumen mungkin disebabkan oleh perubahan umur, perubahan pendapatan, perubahan lingkungan dan lain-lain. Menurutnya kegemaran akan suatu barang dengan sendirinya akan tercermin oleh bergesernya kurva permintaan konsumen individual tersebut ke kiri. Sebaliknya meningkatnya kegemaran konsumen akan suatu barang bagi seorang konsumen akan tercermin dalam bentuk bergesernya kurva permintaan akan barang tersebut ke kanan.

e. Jumlah Penduduk

Pertambahan jumlah penduduk akan menyebabkan bertambahnya permintaan terhadap suatu barang dan jasa yang diikuti oleh meningkatnya kesempatan kerja. Semakin banyak orang memiliki pendapatan maka semakin meningkat daya beli masyarakat dan akan menambah permintaan.

f. Ramalan masa yang akan datang

Perubahan yang diramalkan tentang keadaan di masa yang akan datang sangat mempengaruhi permintaan. Jika ramalan tersebut menunjukkan tingginya harga barang di masa yang akan datang maka konsumen akan meningkatkan konsumsinya saat ini guna menghemat di masa yang akan datang.

g. Faktor khusus

Dapat dikategorikan sebagai faktor yang sulit diperhitungkan contohnya sarana dan prasarana, iklim, dan kebijakan tertentu. Untuk komoditi buku, faktor khusus ini meliputi tersedianya pabrik percetakan, kualitas buku yang baik serta pendistribusian yang lancar.

3. Fungsi Permintaan

Berdasarkan teori Marshallian Demand, fungsi permintaan terbentuk dari kombinasi antara fungsi utility dan *budget constraint*. Proses terbentuknya fungsi permintaan adalah sebagai berikut :

Di mana konsumen mempunyai fungsi utility seperti berikut:

$$U = f(q_1, q_2) \dots\dots\dots(4)$$

Dengan kendala pendapatan:

$$Y = P_1q_1 + P_2q_2 \dots\dots\dots(5)$$

Untuk dapat memaksimalkan kedua fungsi ini digunakan persamaan Langrange Multiplier sehingga menjadi :

$$\alpha = q_1q_2 + \lambda (y_0 - p_1q_1 - p_2q_2) \dots\dots\dots(6)$$

Kemudian persamaan ini diturunkan sama dengan nol.

$$\frac{\partial \alpha}{\partial q_1} = q_2 - p_1\lambda = 0 \dots\dots\dots(7)$$

$$\frac{\partial \alpha}{\partial q_2} = q_1 - p_2\lambda = 0 \dots\dots\dots(8)$$

$$\frac{\partial \alpha}{\partial \lambda} = y_0 - p_1q_1 - p_2q_2 = 0 \dots\dots\dots(9)$$

$$q_2 = p_1\lambda \dots\dots\dots(10)$$

$$p_1 = \frac{q_2}{\lambda} \dots\dots\dots(11)$$

$$q_1 = p_2\lambda \dots\dots\dots(12)$$

$$p_2 = \frac{q_1}{\lambda} \dots\dots\dots(13)$$

Dari persamaan (10) dan (13) yang dimasukkan ke dalam persamaan (9) akan di dapat fungsi permintaan terhadap q_1 .

$$y_0 = p_1 q_1 + \frac{q_1}{\lambda} p_1 \lambda$$

$$y_0 = p_1 q_1 + q_1 p_1$$

$$y_0 = 2p_1 q_1$$

$$q_1 = \frac{y_0}{2p_1}$$

Dari persamaan (11) dan (12) yang dimasukkan ke dalam persamaan (9) akan di dapat fungsi permintaan terhadap q_2 .

$$y_0 = \frac{q_2}{\lambda} p_2 \lambda + p_2 q_2$$

$$y_0 = p_2 q_2 + p_2 q_2$$

$$y_0 = 2p_2 q_2$$

$$q_2 = \frac{y_0}{2p_2}$$

Di mana fungsi permintaan terhadap q_1 dan q_2 adalah:

$$q_1 = \frac{y_0}{2p_1}$$

$$q_2 = \frac{y_0}{2p_2}$$

Secara umum fungsi permintaan ini dapat ditulis dalam bentuk persamaan:

$$Q_i = f(P_i, Y) \dots\dots\dots(14)$$

Di mana:

Q_i = Permintaan terhadap komoditi i

P_i = Harga komoditi i

Y = Pendapatan perkapita

Berdasarkan fungsi di atas, Joesron dan Fathorrozi (2003:14) menuliskan fungsi permintaan terhadap suatu komoditi sebagai berikut:

$$D_x = f(P_x, P_y, Y, T, u) \dots\dots\dots(15)$$

Di mana :

D_x = Jumlah barang yang diminta

P_x = Harga barang itu sendiri

P_y = Harga barang substitusi / lain

Y = Pendapatan penduduk

T = Selera konsumen

U = faktor-faktor lainnya

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

$$D_x = \alpha_0 + \alpha_1 P_x + \alpha_2 P_y + \alpha_3 Y + \alpha_4 T + e \dots\dots\dots(16)$$

Di mana:

D_x = Jumlah barang yang diminta

P_x = Harga barang itu sendiri

P_y = Harga barang substitusi / lain

Y = Pendapatan penduduk

T = Selera konsumen

α = Koefisien yang akan diestimasi oleh analisis regresi

e = Faktor pengganggu

Pada persamaan di atas, α merupakan parameter (koefisien) yang akan diestimasi dan e merupakan faktor pengganggu. Dalam model ini perubahan dalam variable terikat (Dx) untuk setiap unit perubahan pada variabel bebas adalah konstan.

4. Teori Perilaku Konsumen

Samuelson (1996:101) mengungkapkan bahwa perilaku konsumen dan permintaan dapat dijelaskan oleh preferensi individu, atau kepuasan atas beberapa kombinasi barang individu. Sumarwan (2003:26) juga mengungkapkan, perilaku konsumen dapat diartikan sebagai semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat membeli dan ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk, dan mengevaluasi.

Menurut Pindyck dan Rubinfeld (2003:64) bahwa teori perilaku konsumen adalah deskripsi tentang bagaimana konsumen mengalokasikan pendapatan di antara barang dan jasa yang berbeda-beda untuk memaksimalkan kesejahteraan mereka. Perilaku konsumen dapat dipahami melalui tiga langkah, yaitu :

- a. Preferensi konsumen : langkah pertama adalah menemukan cara yang praktis untuk menggambarkan alasan-alasan orang lebih suka satu barang daripada barang lain.
- b. Kendala anggaran : sudah pasti konsumen juga mempertimbangkan harga. Oleh karena itu, kita harus menyadari kenyataan bahwa konsumen mempunyai

keterbatasan pendapatan yang membatasi jumlah barang yang dapat mereka beli.

- c. Pilihan-pilihan konsumen : dengan mengetahui preferensi dan keterbatasan pendapatan mereka, konsumen memilih untuk membeli kombinasi barang-barang yang memaksimalkan kepuasan mereka.

1) Utilitas

Samuelson (1996:101) mengungkapkan bahwa utilitas berarti kepuasan. Lebih tepatnya kata itu mengacu pada kesenangan atau kegunaan subjektif yang dirasakan oleh seseorang dari mengkonsumsi barang dan jasa. Sukirno (2005:154) juga mengungkapkan bahwa utilitas total diartikan sebagai jumlah seluruh kepuasan yang diperoleh dari mengkonsumsi sejumlah barang tertentu.

Sedangkan utilitas marginal adalah pertambahan nilai atau pengurangan kepuasan sebagai akibat dari penambahan atau pengurangan penggunaan salah satu unit barang tertentu. Menurut Joesron dan Fathorrozi (2003:46) fungsi utilitas total yaitu :

$$TU = f(X) \dots\dots\dots(17)$$

Berdasarkan fungsi *total utility* di atas, didapatkan fungsi persamaan *marginal utility* (MU), yaitu :

$$MU = dTU/dX \dots\dots\dots(18)$$

Jika fungsi utilitas $U(x)$, pendapatan adalah I , harga barang X_1 adalah P_{x1} dan harga barang X_2 adalah P_{x2} maka pengeluaran konsumen menjadi $I = P_{x1}X_1 + P_{x2}X_2$, sehingga kepuasan maksimumnya menjadi :

$$\text{Utilitas Max} = UX_1 + UX_2 + \lambda(I - P_{x1}X_1 - P_{x2}X_2) \dots\dots\dots(19)$$

Syarat maksimum adalah turunan pertamanya sama dengan nol,
maka : $\lambda = MU_{x1}/P_{x1}$

$$\lambda = MU_{x2}/P_{x2} \dots\dots\dots(20)$$

Jadi, kepuasan konsumen akan dicapai (konsumen akan membelanjakan uangnya), bila :

- a) $MU_{x1}/P_{x1} = MU_{x2}/P_{x2}$. Dalam hal ini MU_{x1} adalah marginal utility barang X_1 terakhir, sedangkan MU_{x2} marginal utility dari barang X_2 terakhir.
- b) Karena konsumen mempunyai pendapatan yang terbatas, maka harus dipenuhi syarat $I = P_{x1}X_1 + P_{x2}X_2$, di mana I adalah pendapatan konsumen.

Maka dapat disimpulkan bahwa untuk mencapai kepuasan konsumen, utilitas atau nilai guna yang harus maksimum, oleh sebab itu setiap rupiah yang dikeluarkan untuk membeli unit barang atau jasa tambahan harus memberikan nilai guna marginal yang sama besarnya.

Mankiw (2006:573) mengungkapkan bahwa *indifferent curve* memiliki empat karakteristik, yaitu :

- a) Kurva indifferen yang lebih tinggi lebih disukai dari pada kurva yang lebih rendah. Konsumen biasanya lebih suka mengkonsumsi barang dalam jumlah banyak.
- b) Kurva indifferen selalu miring ke bawah. Kemiringan ini mencerminkan tingkatan di mana konsumen

bersedia mensubstitusi barang yang satu dengan barang yang lainnya, sehingga apabila jumlah barang yang satu dikurangi maka jumlah barang yang lainnya harus ditingkatkan.

- c) Kurva indifferen tidak saling berpotongan. Hal ini disebabkan oleh, asumsi sebelumnya yang menyatakan konsumen selalu lebih suka mengkonsumsi barang yang lebih banyak.
- d) Kurva indifferen selalu melengkung ke bawah. Kemiringan ini merupakan tingkat substitusi marginalnya.

Menurut Joesron dan Fathorrozi (2003:53) kemiringan dari *indifference curve* dapat diturunkan dari fungsi utilitasnya. Apabila fungsi $U = f(X,Y)$, maka *slope indifference curve*, yaitu :

$$dU^0 = dX \left(\frac{dU}{dX} \right) + dY \left(\frac{dU}{dY} \right) \quad \text{dan} \quad dU^0 = dX MU_x + dY MU_y$$

Syarat, $dU^0 = 0$, maka :

$$-\frac{dY}{dX} = \frac{MU_x}{MU_y}$$

Slope indifference curve ini disebut juga MRS (*marginal rate Of substitution*), yaitu tingkat di mana barang X bisa disubstitusikan dengan barang Y, sementara kepuasan tetap konstan di sepanjang *indifference curve*, MRS dapat ditulis dengan :

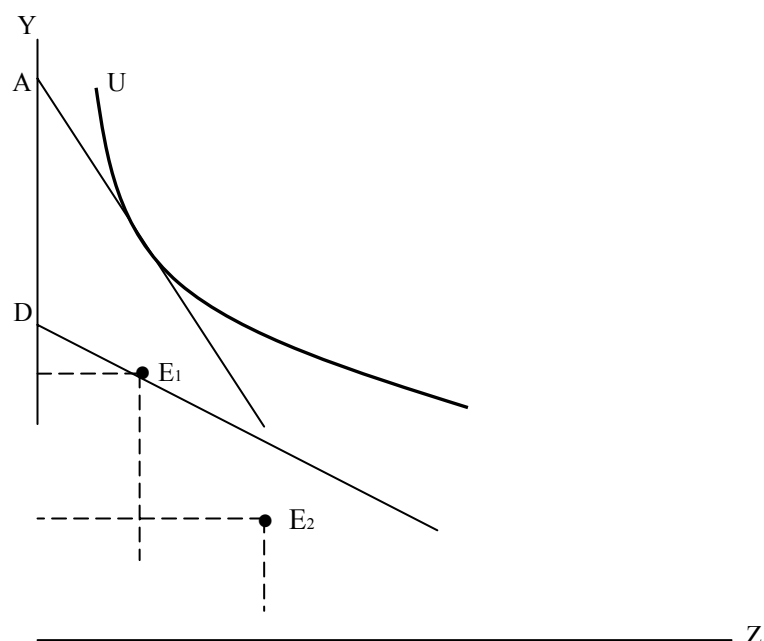
$$MRS_{yx} = \frac{dY}{dX} = \frac{MU_x}{MU_y} \dots\dots\dots(21)$$

2) Efek Subsitusi

Menurut Samuelson (1996:107) bahwa secara umum efek substitusi berarti, apabila harga suatu barang naik, maka konsumen akan cenderung mengganti konsumsi barang tersebut dengan barang lain yang harganya lebih murah dalam rangka mencapai kepuasan yang diinginkan. Maka Sukirno (2005:159) menyimpulkan :

$$\frac{MU \text{ barang A}}{P_A} > \frac{MU \text{ barang B}}{P_B}$$

Dalam keadaan seperti di atas, konsumen membeli barang A lebih banyak dari pada barang B, maka nilai guna akan bertambah banyak (kepuasan konsumen akan menjadi bertambah tinggi). Menurut Reksoprayitno (2000:35) apabila barang Y merupakan barang pengganti barang Z maka menurunnya harga barang Y akan mengakibatkan berkurangnya permintaan akan barang Z, sebaliknya meningkatnya harga barang Y mengakibatkan meningkatnya permintaan akan barang Z.



Z_1 Z_2 C B

Gambar 2 : Efek Substitusi

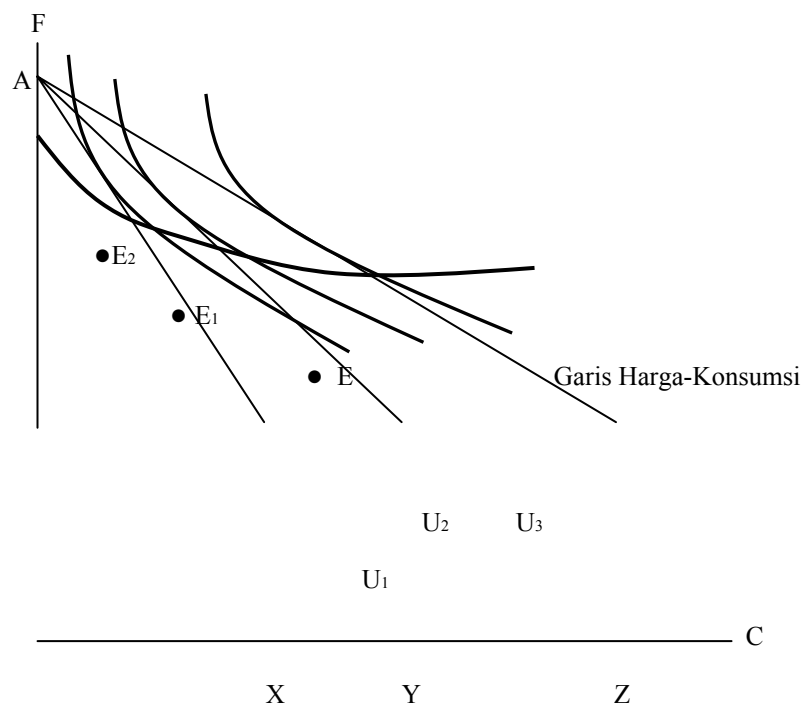
Gambar 2 merupakan efek substitusi terhadap pilihan konsumen. Garis AC merupakan kendala anggaran awal barang Y dan barang substitusinya Z yang bersentuhan dengan kurva indifferen U dan menghasilkan keseimbangan E_1 . Ketika harga barang Y naik maka konsumen akan mengkonsumsi lebih banyak barang substitusinya yaitu barang Z dan mengurangi barang Y. Maka dapat disimpulkan efek substitusi akan selalu berlawanan dengan harga. Apabila harga turun maka efek substitusi akan naik, dan sebaliknya, apabila harga naik maka efek substitusi turun.

3) Efek Pendapatan

Samuelson (1996:107) mengungkapkan bahwa efek pendapatan menyatakan efek perubahan harga terhadap pendapatan riil, di mana jika harga meningkat maka pendapatan riil akan berkurang, atau pendapatan riil konsumen yaitu pendapatannya dalam satuan harga barang yang harganya turun, sedangkan harga nominal barang lain dan pendapatan nominal konsumen tidak berubah.

4) Perubahan Harga

Sukirno (2005:179) mengungkapkan bahwa perubahan harga akan mengubah kecondongan garis anggaran pengeluaran. Gambar 3 merupakan gambar garis harga-konsumsi.

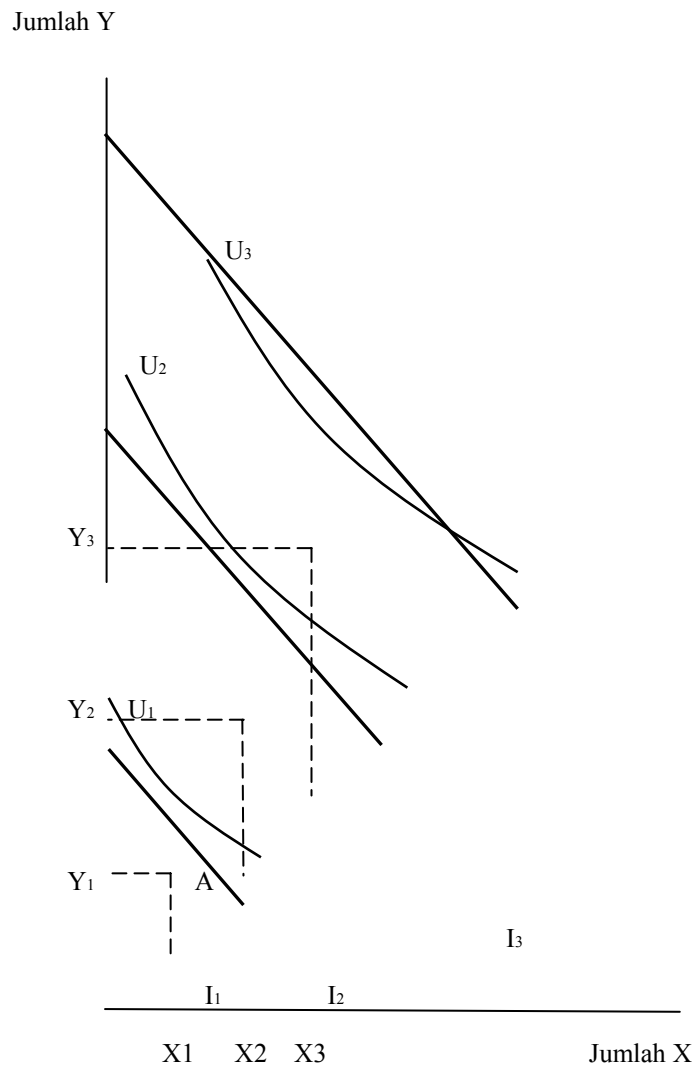


Gambar 3 : Garis Harga-Konsumsi

Pada Gambar 3, dimisalkan garis anggaran pengeluaran awal adalah garis AZ dan disinggung oleh kurva kepuasan U_3 di titik E yang menunjukkan kedudukan kepuasan maksimum bagi konsumen. Selanjutnya dimisalkan pendapatan tetap dan harga barang F tetap, namun harga barang C meningkat. Akibatnya, garis anggaran pengeluaran pindah menjadi AY yang bersinggungan dengan kurva kepuasan U_2 di titik E_1 dan merupakan titik kepuasan konsumen yang baru. Lalu diasumsikan kembali harga barang C meningkat, maka garis anggaran kembali berubah menjadi garis AX serta bersinggungan dengan kurva kepuasan U_1 di titik E_2 yang merupakan keseimbangan baru. Maka apabila titik E, E_1 , dan E_2 dihubungkan maka diperoleh kurva garis harga-konsumsi.

5) Perubahan Pendapatan

Nicholson (1999:70) mengungkapkan bahwa apabila pendapatan berubah, otomatis bagian dari pendapatan yang akan dibelanjakan juga bertambah, sehingga jumlah barang yang bisa dibeli juga meningkat.



Gambar 4 : Perubahan Pendapatan

Dari Gambar 4, dimisalkan pendapatan meningkat dari I_1 menjadi I_2 , akibatnya kombinasi barang yang dibeli berubah dari (X_1, Y_1) menjadi (X_2, Y_2) . Apabila meningkat lagi menjadi I_3 , maka (X_3, Y_3) lah

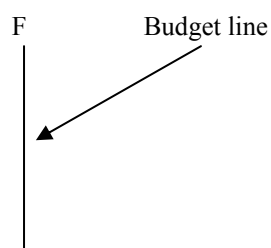
yang dipilih. I_1 , I_2 , dan I_3 terlihat paralel, yang menandakan bahwa yang berubah hanya pendapatan, bukan harga relatif barang X dan barang Y.

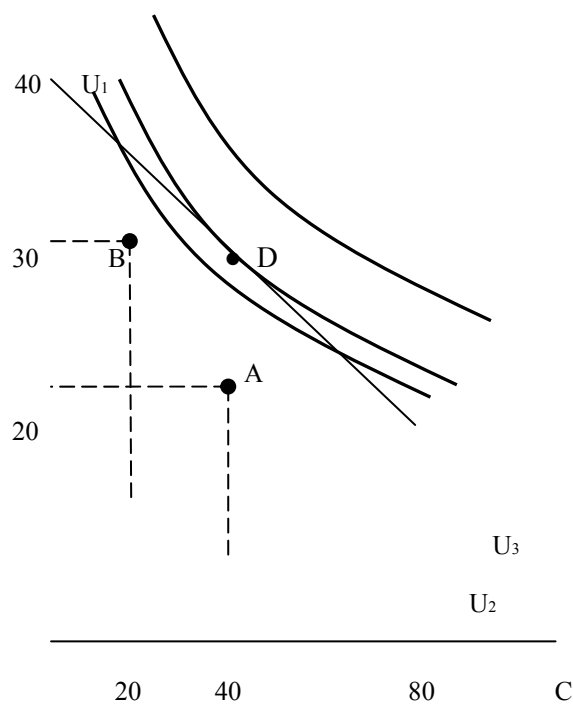
Karena ratio P_x/P_y selalu konstan, berarti kondisi untuk maksimum menghendaki MRS yang konstan pula sewaktu tingkat utility meningkat. Dengan demikian MRS pada titik (X_3, Y_3) sama dengan MRS pada titik (X_1, Y_1) .

Dengan diketahuinya preferensi dan kendala anggaran sekarang kita menentukan bagaimana konsumen secara individu memilih tiap barang yang akan dibelinya. Pindyck dan Rubinfeld (2003:82) mengemukakan bahwa selama diasumsikan konsumen memilih secara rasional, yakni bahwa konsumen memilih barang untuk memaksimalkan kepuasan yang dapat dicapainya, dengan anggaran yang terbatas, maka keranjang pasar yang maksimal harus memenuhi 2 syarat, yaitu :

- 1) Harus berada pada garis anggaran
- 2) Harus memberikan kombinasi barang dan jasa yang paling disukai kepada konsumen.

Dapat diambil contoh barang F dan C, di mana tiga kurva indifferensi menggambarkan preferensi konsumen untuk kedua barang. Dalam contoh barang F dan barang C kita dapat menggambarkan secara grafik pemecahan dari masalah pilihan konsumen.



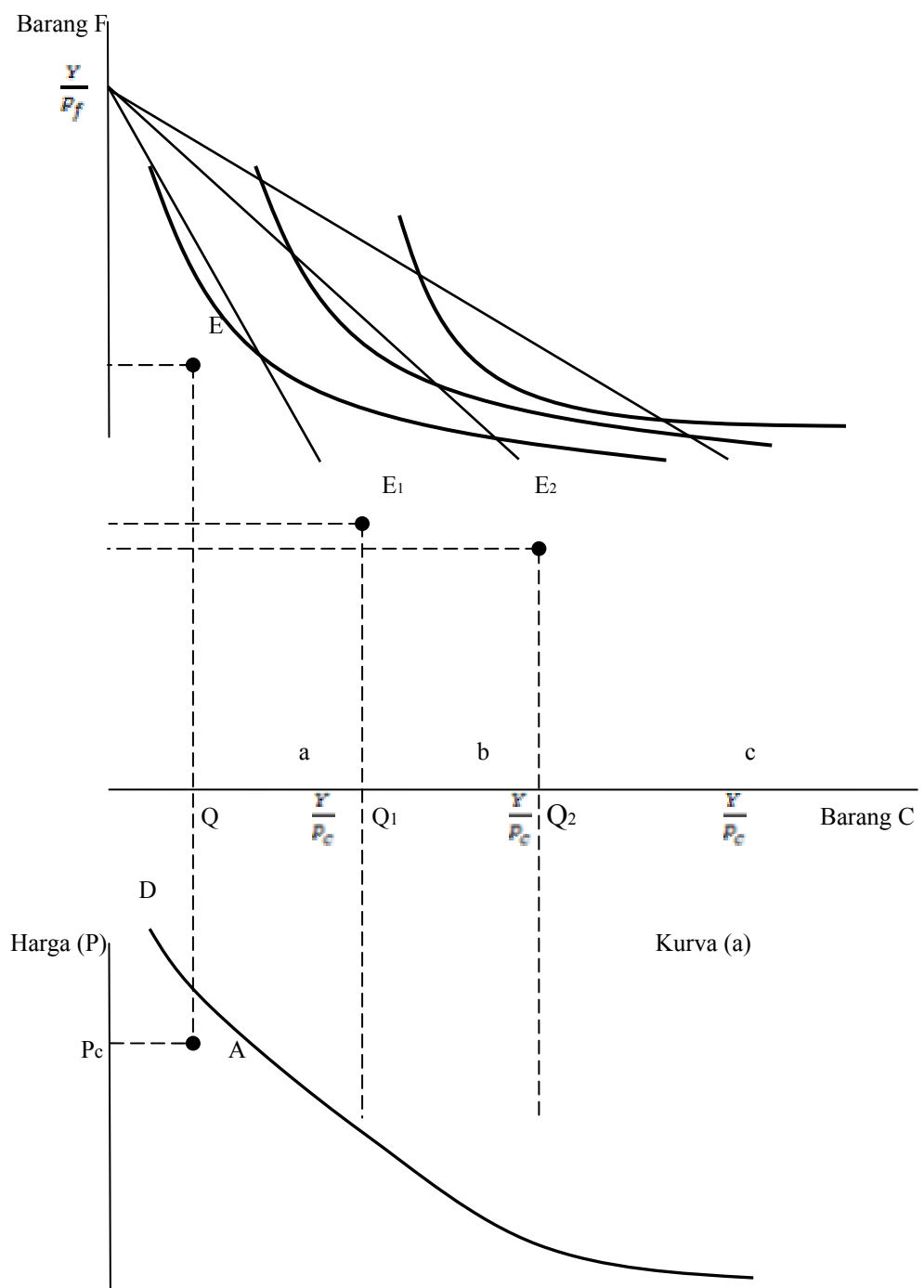


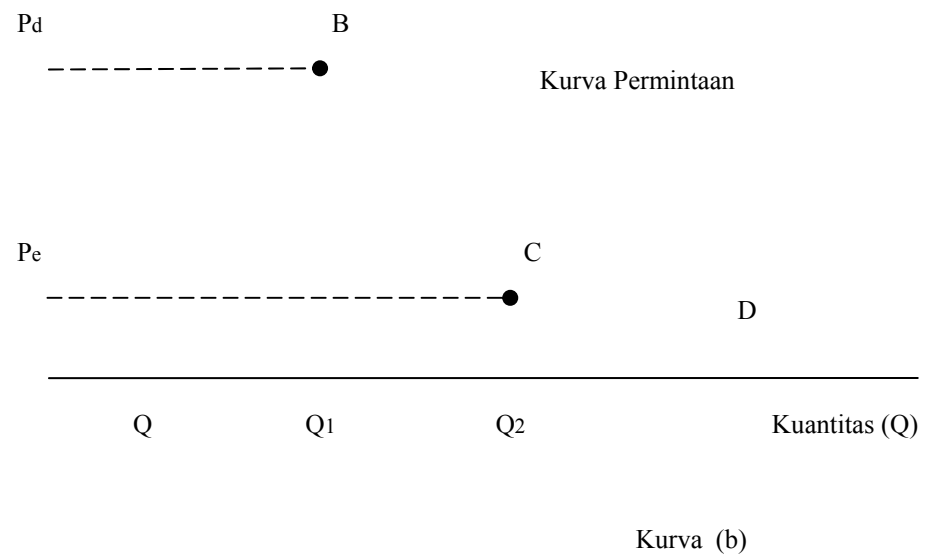
Gambar 5 : Memaksimalkan Kepuasan konsumen

Dari Gambar 5 dapat dilihat, kurva indiferensi U_1 bukanlah pilihan yang paling disukai, karena alokasi pendapatan yang lebih banyak dibelanjakan untuk barang F dan sedikit untuk barang C. Ketika bergerak ke titik A konsumen membelanjakan jumlah uang yang sama dan mencapai suatu tingkat kepuasan yang lebih tinggi yaitu kurva indiferensi U_2 . Untuk mencapai kepuasan yang lebih tinggi ditunjukkan pada kurva indiferensi U_3 , namun barang tersebut tidak dapat dibeli dengan pendapatan yang tersedia, oleh sebab itu titik A merupakan kepuasan maksimal konsumen.

Sifat permintaan konsumen yaitu harga turun maka permintaan bertambah dengan asumsi *ceteris paribus*. Maka cara menerangkan sifat

permintaan konsumen dengan menggunakan kombinasi dari *indifference curve* dan *budget line* dapat dilihat pada gambar di bawah :





Gambar 6 : Kurva Permintaan Konsumen

Pada Gambar 6, dimisalkan pendapatan konsumen adalah tetap sebesar Y dan pada permulaannya harga barang F adalah P_f dan harga barang C adalah P_c . Garis a,b, dan c menggambarkan garis anggaran pengeluaran konsumen. Garis a menyinggung kurva utilitas U_1 di titik kesimbangan E. Oleh sebab itu jumlah barang F yang dikonsumsi adalah Q unit. Seterusnya misalkan pendapatan dan harga barang F tidak mengalami perubahan, namun harga barang C menurun menjadi P_d . Dengan perubahan ini, maka garis anggaran sekarang ditunjukkan oleh garis b dan bersinggungan dengan kurva utilitas U_2 di titik kesimbangan E_1 . Keseimbangan ini menggambarkan bahwa barang C yang dikonsumsi telah meningkat menjadi Q_1 unit. Dan jika harga barang C terus menurun menjadi P_e , maka garis anggaran bergeser lagi menjadi garis c, dan kurva

utilitas bersinggungan lagi menjadi U_3 di titik keseimbangan E_2 , yang menunjukkan konsumsi barang C saat ini bertambah menjadi Q_3 .

Titik A menggambarkan kedudukan konsumen ketika belum berlaku perubahan harga. Titik B menggambarkan keadaan ketika harga barang C mulai turun menjadi P_d dan pada titik C menunjukkan penurunan harga menjadi P_e , kurva DD ini melalui tiga titik yang selanjutnya disebut dengan kurva permintaan.

Samuelson (1996:61) mengemukakan bahwa apabila harga suatu komoditi naik (*ceteris paribus*) pembeli cenderung lebih sedikit membeli barang tersebut. Menurut Joesron dan Fathorrozi (2003:13) penyebab utama berlakunya hukum permintaan ini karena terbatasnya pendapatan konsumen sehingga jika harga naik maka pendapatanlah yang menjadi kendala untuk memperoleh barang yang lebih banyak atau konsumen akan mencari barang penggantinya.

B. Temuan Penelitian Sejenis

Kajian penelitian yang relevan ini adalah bagian yang menguraikan tentang beberapa pendapat atau hasil yang berkaitan dengan permasalahan yang penulis teliti. Penelitian yang relevan dengan peneliti adalah Musrianto (2008:11) dengan judul skripsinya 'Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Kamar Hotel Berbintang Di Propinsi Sumatera Barat'. Penelitian skripsi ini dilakukan pada bulan Desember 2007 di Dinas Pariwisata dan Badan Pusat Statistik Kota Padang. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa sewa kamar hotel berbintang, sewa kamar hotel melati, jumlah wisatawan asing,

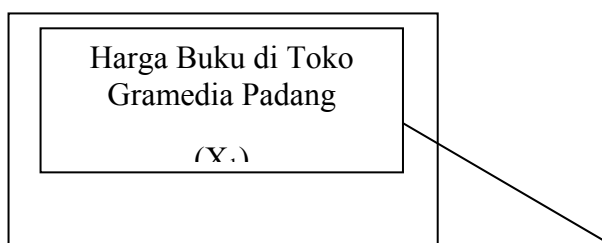
jumlah wisatawan dalam negeri, berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan kamar hotel berbintang di Propinsi Sumatera Barat

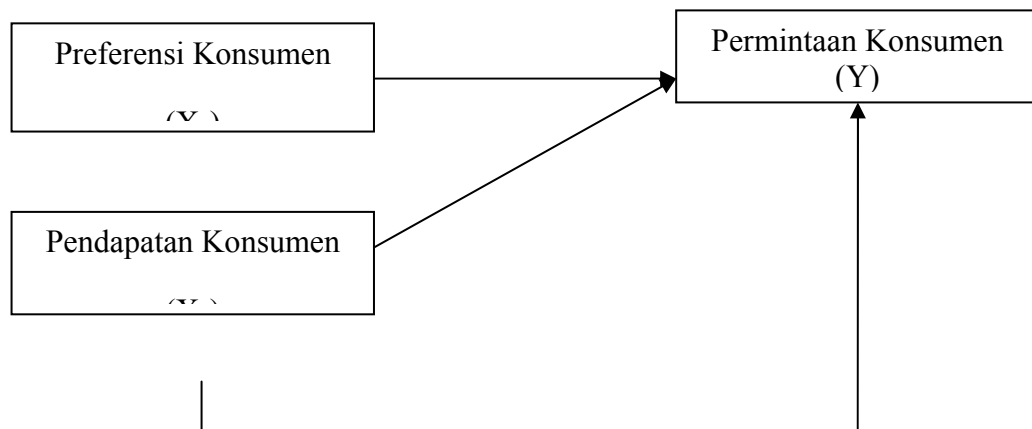
Ira Meike Andariyani (2008:11) dengan judul skripsinya 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Terhadap Kartu CDMA Telkom Flexi Di Padang. Penelitian skripsi ini dilakukan pada bulan desember 2008 di Plasa Telkom Padang. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa tarif Flexi, selera konsumen, pendapatan konsumen, berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan konsumen kartu CDMA Telkom Flexi di Padang.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah jenis produk yang diteliti, variabel yang diteliti dalam penelitian ini juga berbeda yaitu harga buku di Toko Gramedia Padang, pendapatan konsumen, dan preferensi konsumen. Perbedaan juga terdapat pada tempat dan waktu penelitian. Penulis menjadikan skripsi ini sebagai bahan referensi untuk kelengkapan teori pada skripsi penulis dengan mengutip teori-teori yang ada pada skripsi ini.

C. Kerangka Konseptual

Berdasarkan kajian teori mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan yang telah dikemukakan di atas, terdapat adanya pengaruh antara harga buku di Toko Gramedia Padang (X_1), harga barang, preferensi konsumen (X_2), preferensi konsumen (X_3) terhadap permintaan buku di Toko Gramedia Padang (Y), maka dapat disusun kerangka konseptual sebagai berikut:





Gambar 7 : Kerangka Konseptual Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Buku di Toko Gramedia Padang

D. Hipotesis

Berdasarkan uraian teori dan kerangka konseptual, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

1. Harga buku di toko Gramedia Padang mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan buku di Toko Gramedia Padang.

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_a : \beta_1 \neq 0$$

2. Preferensi Konsumen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan buku di Toko Gramedia Padang.

$$H_0 : \beta_3 = 0$$

$$H_a : \beta_3 \neq 0$$

3. Pendapatan Konsumen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan buku di Toko Gramedia Padang.

$$H_0 : \beta_2 = 0$$

$$H_a : \beta_2 \neq 0$$

4. Harga buku di Toko Gramedia Padang, preferensi konsumen, pendapatan konsumen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap permintaan buku di Toko Gramedia Padang.

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$$

$$H_a : \text{Salah satu koefisien regresi } \beta_i \neq 0$$

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan dapat disimpulkan:

1. Tingkat harga buku (X_1) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan konsumen pada buku di toko Gramedia Padang (sig = 0,042) dengan tingkat pengaruh sebesar -0,275 satuan dengan asumsi ceteris paribus. Semakin tinggi tingkat harga buku di Toko Gramedia Padang maka semakin rendah permintaan konsumen pada buku di Toko Gramedia Padang. Sebaliknya semakin rendah tingkat harga buku di Toko Gramedia Padang maka semakin tinggi permintaan konsumen pada buku di Toko Gramedia Padang.
2. Preferensi konsumen (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan konsumen pada buku di toko Gramedia Padang (sig = 0,000) dengan tingkat pengaruh sebesar 0,597 satuan dengan asumsi ceteris paribus. Semakin tinggi preferensi konsumen maka semakin tinggi permintaan konsumen terhadap buku di toko Gramedia Padang. Sebaliknya semakin rendah preferensi konsumen maka semakin rendah permintaan konsumen terhadap buku di Toko Gramedia Padang.
3. Tingkat pendapatan (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan konsumen pada buku di toko Gramedia Padang (sig = 0,048) dengan tingkat pengaruh sebesar 0,466 satuan dengan asumsi ceteris paribus. Semakin tinggi pendapatan konsumen maka semakin

tinggi permintaan konsumen terhadap buku di Toko Gramedia Padang. Sebaliknya semakin rendah pendapatan konsumen maka semakin rendah permintaan konsumen terhadap buku di Toko Gramedia Padang.

4. Harga buku di Toko Gramedia Padang, preferensi konsumen, dan pendapatan konsumen, secara bersamaan memberikan pengaruh terhadap permintaan konsumen pada buku di Toko Gramedia Padang (sig = 0,000) dengan asumsi faktor lainnya tetap atau *ceteris paribus*.

B. Saran

Dalam upaya meningkatkan permintaan konsumen terhadap buku di Toko Gramedia Padang, maka Toko Gramedia Padang mungkin perlu memperhatikan saran-saran yang penulis peroleh berdasarkan hasil penelitian penulis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan buku di Toko Gramedia Padang, diantaranya:

1. Berdasarkan tabel distribusi frekuensi skor variabel harga, terlihat harga buku untuk perguruan tinggi di Toko Gramedia tergolong mahal. Mungkin seharusnya Toko Gramedia bisa sedikit menyesuaikan harga agar terjangkau oleh konsumen, karena Toko buku di Kota Padang tidak hanya Toko Gramedia Padang. Konsumen bisa memilih Toko Buku lain jika harga buku di Toko Buku lain lebih murah.
2. Diharapkan kepada Toko Gramedia Padang agar selalu menyediakan dengan cepat buku-buku kebutuhan konsumen terutama buku pelajaran atau menerbitkan buku-buku terbaru yang berkualitas, dimana saat ini konsumen lebih menyukai buku-buku yang bisa memberikan motivasi dan inspirasi bagi mereka.

3. Dari tabel distribusi frekuensi skor variabel preferensi konsumen, yang rata-ratanya adalah 4,28. Ini berarti konsumen setuju membeli buku di Toko Gramedia Padang karena kualitas buku, nilai guna, pelayanan yang baik, kenyamanan, dan keamanan di Toko Gramedia Padang, oleh karena itu Toko Gramedia Padang harus selalu menciptakan kenyamanan, pelayanan, dan keamanan yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhirmen. 2005. *Buku Ajar Statistika 1*. Padang : FE UNP.
- Andariyani, Ira Meike. 2008. *Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Terhadap Kartu CDMA Telkom Flexi Di Padang (Skripsi)*. Padang : UNP.
- Arikunto. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. 2007. *Padang Dalam Angka*. Sumatera Barat.
- Djarwanto. 2001. *Statistik Nonparametrik*. Yogyakarta : BPFE.
- Ghozali, Imam, 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi ketiga, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gujarati, Damodar N. 1999. *Basic Econometrics*. Jakarta : Erlangga
- Hair, Joseph F, Jr. Ralph E amderson dan W.C Black. 1998. *Multivarite Data Analysis : Fifth edition*. Upper sadle River New Jersey: Prentica Hall International.
- Joesron, Tati Suhartati. M. Fathorrozi. 2003. *Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kadariah, *Teori Ekonomi Mikro*, Lembaga Penerbit FE-UI, Jakarta, 1978.
- Mankiw, N. Gregory. 2006. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta : Salemba Empat.
- Musrianto. 2008. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Kamar Hotel Berbintang Di Propinsi Sumatera Barat (Skripsi)*. Padang : UNP.