

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LATAR BELAKANG**

Pertumbuhan ekonomi yang meningkat mengakibatkan makin kompleksnya sektor kelembagaan ekonomi dan inovasi ekonomi yang berkembang. Peran serta lembaga keuangan baik perbankan maupun non perbankan sangat dibutuhkan terutama yang berkaitan langsung dengan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Kondisi makro ekonomi, seperti bagaimana kredit itu disalurkan ke bidang yang produktif sehingga kondisi makro ekonomi dapat terjaga. Sisi makro ekonomi dapat dilihat melalui perkembangan industri sepeda motor.

Perkembangan sektor industri kendaraan bermotor ini diimbangi pula dengan semakin banyaknya lembaga-lembaga pembiayaan (*Leasing*) sepeda motor. *Leasing* berperan sebagai perantara produsen sepeda motor sebagai penyedia barang dengan konsumen sebagai pengguna barang. Keberadaan *Leasing* sangat membantu masyarakat dalam melakukan pembelian sepeda motor secara kredit. Peran *Leasing* yang efektif juga menyebabkan meningkatnya jumlah nasabah. Peran nasabah lebih memilih pembelian sepeda motor secara kredit karena dianggap dapat meringankan nasabah dalam melunasi pembelian sepeda motornya dengan diangsur tiap bulan.

Tingginya permintaan kredit sepeda motor menyebabkan meningkatnya jumlah perusahaan pembiayaan (*Leasing*) untuk membantu masyarakat atau konsumen dalam membeli sepeda motor dengan cara kredit. Hal ini dapat dilihat dari

tingkat penyaluran kredit kendaraan dan harga sepeda motor yang tidak terjangkau jika dibeli dengan cash, karena pendapatan masyarakat tidak mencukupi, sehingga dibutuhkan perusahaan pembiayaan untuk menjadi alternatif saat masyarakat tidak mampu untuk membeli cash sepeda motor dengan cara kredit. Hal ini membuat kredit konsumsi ini menjadi lahan usaha bagi perusahaan pembiayaan untuk menyalurkan dana yang telah diperoleh dari bank kepada konsumen, untuk menghasilkan keuntungan.

Perusahaan pembiayaan memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mendapatkan sepeda motor dengan cara kredit, dengan kemudahan yang diberikan oleh perusahaan pembiayaan kepada konsumen sehingga memberikan daya tarik kepada konsumen untuk memiliki sepeda motor dengan cara kredit. Salah satu perusahaan yang memberikan jasa pembiayaan ini adalah FIFGROUP Pos Toraja. FIFGROUP sendiri merupakan satu-satunya perusahaan pembiayaan yang secara resmi menjadi perusahaan pembiayaan motor Honda di Indonesia. FIFGROUP adalah perusahaan yang bergerak dalam pembiayaan sepeda motor honda pada bidang pembiayaan pada tahun 1996. Pada tahun 2013 perubahan nama perusahaan menjadi FIFGROUP. FIFGROUP bergerak di bisnis layanan pembiayaan lainnya bukan hanya untuk pembiayaan kredit motor baru (*FIFASTRA motorcycle financing*), diantaranya, *SPEKTRA multi financing* pembiayaan multiguna dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, mulai dari kredit elektronik, perabot rumah tangga, *furniture*, gadget, produk *lifestyle*, dan kebutuhan lainnya, *DANASTRA micro financing* diluncurkan untuk menjawab kebutuhan konsumen untuk solusi pembiayaan dalam

mengembangkan bisnis dan modal kerja serta untuk pembiayaan multiguna, AMITRA *syariah financing*, amitra telah mempromosikan produk perjalanan religi unggulannya dalam bentuk Umroh reguler, Umroh plus, dan Haji. Semua kontrak di AMITRA dibuat dalam akad berbasis syariah.

FIFGROUP Pos Toraja memberikan fasilitas pemberian kredit kepada nasabah atau perusahaan yang ingin membeli sepeda motor secara kredit dengan merek Honda, seperti Motor Beat, Motor Revo, Motor Scoopy, Motor Supra GTR 150 dan masih banyak lagi yang lain. FIFGROUP Pos Toraja selalu berusaha memberikan pelayanan maksimal untuk memenuhi kebutuhan akan sepeda motor baru kepada masyarakat. Namun disisi lain FIFGROUP juga dapat melayani kredit dana tunai, barang elektronik dan perabot rumah tangga lainnya, motor bekas, dan paket Umroh dan Haji. Dengan pelayanan dan persyaratan kredit yang mudah, FIFGROUP berusaha terus mengembangkan dan memberikan pelayanan dan membantu memenuhi kebutuhan masyarakat dapat dilihat dari tahun 2016-2019 jumlah permintaan kredit motor tiap tahun.

**Tabel 1.1**  
**Data permintaan kredit motor tahun 2016-2019 FIFGROUP Pos Toraja**

TAHUN	JUMLAH NASABAH
2016	427
2017	551
2018	558
2019	541
TOTAL	2077

Sumber : Data FIFGROUP Pos Toraja

Menurut data pada tabel diatas dapat diketahui bahwa permintaan kredit motor mulai tahun 2016-2019 mengalami peningkatan, namun pada tahun 2019 menurun. Tentunya pasti terdapat faktor-faktor yang menyebabkan hal itu terjadi.

Dalam penelitian ini penulis akan meneliti tiga variabel karena waktu yang singkat, maka variabel yang akan diteliti yaitu, pendapatan, harga dan selera, apakah ketiga variabel tersebut menunjukkan faktor-faktor yang memengaruhi permintaan kredit. Pendapatan konsumen menentukan tingkat permintaan konsumen untuk memiliki suatu kendaraan, perubahan harga kendaraan akan menyebabkan perubahan kendaraan yang diminta, namun dengan kemudahan yang diberikan oleh perusahaan pembiayaan dengan cara kredit dan selera konsumen terhadap jenis kendaraan maka permintaan akan meningkat.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis bermaksud melaksanakan penelitian dengan judul “**Faktor-Faktor yang Memengaruhi Permintaan Kredit Motor di FIFGROUP Pos Toraja Kabupaten Toraja Utara**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah pendapatan berpengaruh terhadap permintaan kredit motor di Kabupaten Toraja Utara ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap permintaan kredit motor di Kabupaten Toraja Utara ?

3. Apakah selera berpengaruh terhadap permintaan kredit motor di kabupaten Toraja Utara ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan terhadap permintaan kredit motor di FIFGROUP Pos Toraja Kabupaten Toraja Utara.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap permintaan kredit motor di FIFGROUP Pos Toraja Kabupaten Toraja Utara.
3. Untuk mengetahui pengaruh selera terhadap permintaan kredit motor di FIFGROUP Pos Toraja Kabupaten Toraja Utara.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Beberapa manfaat yang diharapkan setelah penelitian ini selesai tidak hanya sebagai salah satu syarat penyelesaian tetapi juga mempunyai nilai guna, yaitu sebagai berikut:

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis.**

1. Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat untuk menambah ilmu pengetahuan dalam dunia pendidikan tentang pengaruh pendapatan, pengaruh harga dan pengaruh selera terhadap permintaan kredit motor .
2. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan permintaan kredit motor.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi Peneliti, untuk meningkatkan pengetahuan dan memahami tentang konsep permintaan kredit motor.
2. Bagi Masyarakat, untuk mengetahui bahwa ada cara yang lebih mudah untuk memiliki kendaraan bermotor walaupun belum ada uang untuk beli cash.
3. Bagi Perusahaan pembiayaan, untuk lebih memberikan kemudahan dan tawaran yang menarik untuk meningkatkan permintaan masyarakat untuk memiliki kendaraan bermotor secara kredit.

#### 1.4.3 Manfaat Kebijakan

Diharapkan dapat menjadi masukan bagi Pemerintah mempertimbangkan kebijakan yang terbaik dalam mengontrol pertumbuhan ekonomi.

### **1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian**

Ruang lingkup penelitian sangat perlu ditentukan oleh peneliti. Hal ini diperlukan agar penelitiannya, tidak keluar dari tujuan yang ingin dicapai. Dalam penelitian ini hanya membahas tentang bagaimana kondisi pengaruh pendapatan, pengaruh harga dan pengaruh selera terhadap permintaan kredit Motor, dan hanya mengambil responden yaitu konsumen di FIFGROUP yang berada di Kabupaten Toraja Utara.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Permintaan**

Pengertian permintaan sedikit berbeda dengan pengertian yang digunakan sehari-hari. Menurut pengertian sehari-hari, permintaan diartikan secara absolut yaitu menunjukkan jumlah barang yang dibutuhkan, sedangkan dari sudut ilmu ekonomi permintaan mempunyai arti apabila didukung oleh daya beli konsumen yang disebut dengan permintaan efektif.

Kemampuan membeli seseorang tergantung atas dua unsur pokok yaitu, pendapatan yang dibelanjakan dan harga barang yang dikehendaki. Apabila jumlah pendapatan yang dapat dibelanjakan oleh seseorang berubah, maka jumlah barang yang diminta juga akan berubah. Dalam menganalisis mengenai permintaan perlu disadari perbedaan antara permintaan dengan jumlah barang yang diminta. Ahli ekonomi mengatakan bahwa permintaan menggambarkan keadaan keseluruhan dari hubungan antara harga dan jumlah permintaan. Sedangkan jumlah barang yang diminta dimaksudkan sebagai banyaknya permintaan pada suatu tingkat harga tertentu. Jadi permintaan merupakan keinginan konsumen untuk membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu.

Menurut Gilarso (2008), menyatakan permintaan adalah jumlah dari suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga selama jangka waktu tertentu dengan anggapan hal-hal lain tetap sama *ceteris paribus*.

Pratama Raharja dan Mandala Manurung (2014), permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu.

Teori permintaan diturunkan dari perilaku konsumen dalam mencapai kepuasan yang dibatasi oleh anggaran yang dimiliki. Hal ini tentu dapat dijelaskan dengan kurva permintaan yaitu kurva yang menunjukkan hubungan antara jumlah maksimum dari barang yang dibeli oleh konsumen dengan harga tertentu dan pada harga tertentu orang selalu membeli jumlah yang lebih kecil bila mana hanya jumlah yang lebih kecil itu yang dapat diperolehnya. Teori permintaan juga menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Dalam analisis ekonomi, para ahli ekonomi membuat analisis sederhana, bahwa permintaan suatu barang terutama dipengaruhi oleh tingkat harganya. Dalam analisis tersebut diasumsikan bahwa “faktor-faktor lain tidak mengalami perubahan“ atau *ceteris paribus*. Tetapi dengan asumsi yang dinyatakan ini tidaklah berarti bahwa kita dapat mengabaikan faktor-faktor yang dianggap tetap tersebut.

Selanjutnya reksoprayitno (2000), memilih perkembangan teori permintaan konsumen atas dua bagian yaitu, teori permintaan statis dan teori permintaan dinamis. Teori permintaan statis dinamakan juga sebagai teori permintaan tradisional yang memusatkan perhatiannya pada perilaku konsumen serta beberapa faktor lain yang

mempengaruhi permintaannya. Faktor-faktor ini antara lain adalah pendapatan, pengaruh harga dan pengaruh selera. Teori permintaan statis ini didasarkan pada beberapa asumsi yaitu, permintaan pasar merupakan total permintaan perseorangan (individu), konsumen berperilaku rasional, sementara harga dan pendapatan dianggap tetap dan yang termasuk dalam teori permintaan statis ini adalah teori utilitas ordinal (*ordinal utility theory*) dan teori kardinal utilitas (*cardinal utility theory*). Fungsi permintaan pada dasarnya menunjukkan keterkaitan secara matematis antara harga dan jumlah barang yang yang diminta.

### **2.1.2 Hukum Permintaan**

Dalam teori ekonomi besarnya permintaan atas suatu barang biasanya dihubungkan dengan tingkat harganya. Faktor selain harga dianggap tidak mengalami perubahan. Sifat hubungan diantara tingkat harga suatu barang dengan jumlah permintaan atas barang tersebut disebut hukum permintaan. Hukum permintaan menyatakan, “Jika harga suatu barang naik, maka jumlah yang diminta akan barang tersebut turun, dan jika harga suatu barang turun, maka jumlah yang diminta barang tersebut naik, *ceteris paribus*” (Sadono, 2010)

Hukum permintaan adalah hukum yang menjelaskan tentang adanya hubungan yang bersifat negatif antara tingkat harga dengan jumlah barang yang diminta. Apabila harga naik, maka jumlah permintaan barang turun. Apabila harga turun, maka jumlah permintaan barang naik. Bunyi hukum permintaan “ Semakin turun tingkat harga, maka semakin banyak jumlah barang yang yang tersedia diminta,

dan sebaliknya semakin naik tingkat harga semakin sedikit jumlah barang yang tersedia diminta “.

Konsep elastisitas adalah pengukuran yang paling umum digunakan untuk melihat besarnya perubahan suatu variabel sebagai respon perubahan variabel lain yang mempengaruhi. Elastisitas merupakan pengukuran yang digunakan untuk melihat besarnya perubahan suatu variabel akibat besarnya perubahan variabel yang mempengaruhi (Edy Suandy Hamid dan Ilham Hasura Maulana, (2019) : 96).

Koefisien yang menunjukkan besarnya perubahan permintaan atas suatu komoditas sebagai akibat dari perubahan pendapatan konsumen dikenal dengan elastisitas permintaan terhadap pendapatan. Elastisitas permintaan terhadap pendapatan merupakan suatu besaran yang berguna untuk menunjukkan *responsivitas* konsumsi suatu komoditas terhadap perubahan pendapatan (*income*). ( Sugiarto, 2005).

### **2.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan**

#### **1. Pendapatan**

Pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan, maupun tahunan ( Sandono Sukirno 2004 ). Pendapatan adalah pendapatan uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang diserahkan yaitu berupa pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pendapatan dari kekayaan, besarnya pendapatan seseorang tergantung pada jenis pekerjaannya.

Rahardja dan Manurung (2014) mengemukakan pendapatan adalah total penerimaan (uang dan bukan uang) seseorang atau suatu rumah tangga dalam periode tertentu. Berdasarkan kedua definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa pendapatan merupakan penghasilan yang diterima oleh masyarakat berdasarkan kinerjanya, baik pendapatan uang maupun bukan uang selama periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan.

Adapun indikator pendapatan yaitu :

1. Pendapatan perbulan, adalah uang yang diterima seseorang atau bisnis sebagai imbalan setelah mereka menyediakan barang, jasa, atau melalui modal investasi dan digunakan untuk mendanai pengeluaran sehari-hari.
2. Sumber pendapatan lain, adalah bisanya pendapatan lain didapat di luar dari gaji dan usaha sendiri.
3. Daya beli adalah kemampuan seseorang untuk membayar untuk memperoleh suatu barang guna memenuhi kebutuhan hidup.
4. Beban keluarga yang ditanggung adalah mereka yang belum bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari karena belum bekerja (dalam umur non produktif) sehingga membutuhkan bantuan orang lain (dalam hal ini orang tua)

Secara teoritis peningkatan pendapatan akan meningkatkan konsumsi. Bertambahnya pendapatan maka barang yang dikonsumsi tidak hanya bertambah kuantitasnya tetapi kualitasnya juga meningkat.

## 2. Harga

Harga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksud perusahaan tersebut kepada pasar tentang produk atau mereknya. Sebuah produk yang dirancang dan dipasarkan dengan baik dapat menentukan premium harga dan mendapatkan laba besar. Harga menurut Kotler dan Armstrong (2013) adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Dalam penelitian Agus Arifin( 2013), Harga sangat berperan dalam mendukung kondisi internal perusahaan sekaligus prestis produk dimata konsumen, maka penetapan harga haruslah mencerminkan permintaan permintaan, cara-cara psikologis yang paling efektif, dan konsisten dengan kebijaksanaan harga jual perusahaan.

Menurut Kotler dan Armstrong terjemahan Sabran (2012), ada empat indikator yang harga yaitu:

1. Keterjangkauan harga. Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek dan harganya juga berbeda dari termurah sampai termahal. Dengan harga yang ditetapkan para konsumen banyak yang membeli produk.
2. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga. Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini mahal

murahnya harga suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut.

3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat. Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang

### 3. Selera

Salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan dan keinginan konsumen terhadap suatu barang atau jasa adalah faktor selera, konsumen akan membeli suatu barang karena selera. Apabila produk yang dipasarkan tersebut sangat sensitif terhadap perubahan selera seperti kualitas atau warna dari suatu produk, hal ini dapat menyebabkan konsumen pindah ke produk lain dengan kualitas dan warna yang menarik dan mutunya lebih tinggi.

Menurut Sukirno (2013), selera atau cita rasa mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan masyarakat untuk membeli barang-barang. Sejalan dengan pendapat Sugiarto (2005), menambahkan perubahan cita rasa atau selera

masyarakat mempengaruhi permintaan. Bila selera konsumen terhadap suatu barang komoditas meningkat maka permintaan komoditas tersebut akan meningkat, demikian pula bila selera konsumen berkurang maka permintaan komoditas tersebut menurun.

Adapun Indikator selera adalah :

1. Pelanggan puas, jika pelanggan merasa puas maka kemungkinannya pelanggan ini akan bertahan dengan produk Anda dalam waktu lama. Begitu pula sebaliknya. Kepuasan pelanggan juga menjadi salah satu tolok ukur keberhasilan yang juga berdampak pada tingkat penjualan.
2. Senang saat memakai, ketika produk yang dijual sesuai dengan keinginan konsumen maka mereka merasa puas dan senang dengan produk yang dijual.
3. Pelanggan lebih percaya diri, saat produk yang dihasilkan dan dijual sesuai harapan dan keinginan konsumen maka pelanggan akan merasa puas dan akan terus menggunakan produk tersebut.
4. Model yang bervariasi, produk yang dijual dengan model yang berbeda-beda memudahkan pelanggan dalam menentukan model yang diinginkan.

Selera konsumen merupakan faktor yang mempengaruhi permintaan selain pendapatan, harga pokok lain dan harga produk itu sendiri. Ithika Sari (2015)

#### **2.1.4 Perusahaan Pembiayaan.**

Pengertian perusahaan pembiayaan yang diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 84/PMK.012/2006 tentang perusahaan pembiayaan, dalam pasal 1 (b) dikatakan bahwa perusahaan pembiayaan adalah badan usaha diluar Bank dan

lembaga keuangan bukan Bank yang khusus didirikan untuk melakukan kegiatan yang termasuk dalam bidang usaha Lembaga Pembiayaan.

Ada tiga jenis perusahaan pembiayaan, yaitu :

1. *Sales Finance Companies*, yang dimiliki oleh perusahaan ritel atau manufaktur dan manufaktur memberikan pinjaman kepada konsumen untuk membeli barang dari perusahaan tersebut.
2. *Costumer finance company*, memberikan pinjaman kepada konsumen untuk membeli barang seperti *furniture* atau alat-alat rumah, untuk meningkatkan kegunaan rumah, atau untuk membantu membiayai pinjaman kecil.
3. *Business finance companies*, menyediakan kredit dalam bentuk khusus untuk bisnis dengan membuat pinjaman.

Perusahaan pembiayaan berbeda dengan bank dalam penghimpunan dana, bank menghimpun dana dari masyarakat sedangkan perusahaan pembiayaan mendapatkan dana dari penerbitan obligasi atau pinjaman dari bank sebelum disalurkan kekonsumen. Perusahaan pembiayaan dapat dikatakan adalah pihak kedua sebelum menyalurkan kredit dari bank ke masyarakat. Dalam hal ini perusahaan pembiayaan sebagai debitur dan bank sebagai kreditur, kemudian perusahaan pembiayaan menjadi kreditur saat menyalurkan kredit kepada konsumen.

### **2.1.5 Kredit**

Perkataan “kredit” berasal dari bahasa Yunani “*Credere*” yang berarti kepercayaan atau dalam bahasa latin “*creditum*” yang berarti kepercayaan akan kebenaran. Pengertian kredit ini kemudian berkembang dalam kehidupan sehari-hari dengan

defenisi yang lebih luas dan agak lain dari kata asalnya. Selanjutnya kohler's, kredit adalah kemampuan untuk melaksanakan suatu pembelian atau mengadakan suatu pinjaman dengan suatu janji pembayarannya akan ditanggungkan pada suatu jangka waktu tertentu, yang telah disepakati.

Menurut Kasmir (2014), tentang kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.

Kolektibilitas kredit berdasarkan ketentuan yang dibuat BI, pertama adalah kredit lancar yaitu kredit yang tidak mengalami penundaan pengembalian pokok pinjaman dan pembayaran bunga. Kedua adalah kredit kurang lancar, kredit yang pengembalian pokok pinjaman dan pembayaran bunganya telah mengalami penundaan selama tiga bulan dari waktu yang diperjanjikan. Ketiga, kredit diragukan yaitu kredit yang pengembalian pokok pinjaman dan pembayaran bunganya telah mengalami penundaan selama enam bulan atau dua kali dari jadwal yang telah diperjanjikan. Keempat adalah kredit macet, kredit yang pengembalian pokok pinjaman dan pengembalian bunganya telah mengalami penundaan lebih dari satu tahun sejak jatuh tempo menurut jadwal yang telah diperjanjikan dimana para debitur tidak dapat melunasi kreditnya. ( Kasmir. 2014).

### 2.1.6 Hubungan antar variabel

#### 1. Hubungan antara pendapatan dan permintaan kredit.

Faktor pendapatan juga berpengaruh terhadap permintaan, dalam teorinya Sadono Sukirno (2005) menyatakan bahwa pendapatan mempunyai pengaruh positif terhadap permintaan suatu barang. Apabila pendapatan meningkat maka permintaan barang yang dilakukan seorang individu cenderung akan meningkat pula, dan sebaliknya.

Hukum permintaan menyatakan bahwa apabila harga suatu barang naik, maka jumlah barang yang diminta akan turun, *ceteris paribus* (hal-hal tetap). Yang dimaksud dengan hal-hal lain ialah variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi jumlah barang yang diminta selain harga barang yang bersangkutan.

Permintaan konsumen didukung oleh pendapatan konsumen yang sekaligus merupakan kendala (*constrain*) bagi konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa. Elastisitas pendapatan permintaan dapat didefinisikan sebagai persentase dalam jumlah barang yang diminta dibagi dengan persentase perubahan dalam pendapatan, *ceteris paribus*.

Dengan mengetahui besarnya koefisien elastisitas pendapatan, kita dapat mengelompokkan barang-barang kedalam barang mewah, barang kebutuhan pokok, dan barang inferior. Untuk barang mewah ditemukan bahwa persentase perubahan jumlah barang yang diminta lebih besar dari pada persentase perubahan tingkat pendapatan konsumen, sehingga koefisiennya positif dan lebih besar dari pada satu. Untuk barang-barang pokok (keperluan sehari-hari), koefisien elastisitas pendapat adalah positif tetapi lebih kecil dari pada satu. Hal ini berarti bahwa peningkatan

jumlah barang yang diminta sebagai akibat meningkatnya pendapatan konsumen lebih kecil.

Untuk barang inferior pergeseran kurva permintaan berlainan arah dengan perubahan, artinya bila pendapatan konsumen naik, justru konsumen membeli lebih sedikit barang jenis ini. Jauh tidaknya pergeseran ini tergantung pada besar kecilnya koefisien elastisitas pendapatan permintaan ini.

Paparan tentang beberapa aspek yang tercakup dalam pengaruh pendapatan terhadap permintaan “ Semakin tinggi tingkat pendapatan, maka semakin meningkat permintaan terhadap suatu barang ” hal ini menunjukkan bahwa pendapatan sangat berpengaruh terhadap permintaan kredit disebabkan karena besarnya pendapatan orang akan lebih berani untuk mengambil jumlah kredit yang lebih besar, sedangkan orang yang berpenghasilan rendah akan berfikir dua kali untuk mengajukan kredit yang lebih besar disebabkan beban yang dibayarkan untuk pengembalian kredit tersebut.

Hal ini sejalan dengan penelitian Agus arifin (2010), bahwa peningkatan jumlah barang yang diminta sebagai akibat meningkatnya pendapatan konsumen lebih kecil dan proporsional (inelastis). Untuk barang inferior pergeseran kurva permintaan berlainan arah dengan perubahan pendapatan, artinya bila pendapatan konsumen naik, justru konsumen membeli lebih sedikit barang jenis ini. Jauh tidaknya pergeseran ini tergantung pada besar kecilnya koefisien elastisitas pendapatan permintaan ini. Dalam penelitian Nenek Woyanti (2010), apabila pendapatan riil rumah tangga naik maka akan mempengaruhi naiknya permintaan

sepeda motor matic, dengan nilai elastisitas pendapatan yang kurang dari satu, maka berarti sepeda motor matic di kota Semarang dikategorikan sebagai barang kebutuhan pokok.

## 2. Hubungan antara harga dan permintaan kredit.

Sandono Sukirno (2010), menulis bahwa hukum permintaan pada hakikatnya merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut.

Hubungan harga dengan permintaan adalah hubungan yang negatif artinya bila yang satu naik maka yang lainnya akan turun dan begitu juga sebaliknya (Sandono Sukirno 2010). Semua ini berlaku dengan catatan faktor lain yang mempengaruhi jumlah permintaan dianggap tetap. Semakin rendah harga suatu barang ataupun jasa semakin mudah terjangkau oleh konsumen maka semakin banyak konsumen yang dapat membelinya, namun jika semakin tinggi harga suatu barang semakin sulit terjangkau oleh konsumen maka semakin sedikit konsumen yang dapat membelinya, sesuai dengan bunyi hukum permintaan hubungan harga sepeda motor dengan permintaan sepeda motor adalah negatif.

Dalam penelitian Arief Budiarto (2010) Hubungan antara harga sepeda motor dengan permintaan sepeda motor itu sendiri sangatlah jelas. Kenaikan harga sepeda motor akan berpengaruh berkurangnya tingkat permintaan sepeda motor dan penurunan harga sepeda motor akan meningkatkan permintaan sepeda motor.

Dalam penelitian Suharwan Hamzah (2013), Harga barang-barang lain yang mempunyai kaitan erat dengan barang tersebut. Harga barang lain juga dapat mempengaruhi permintaan suatu barang tetapi kedua macam barang dapat bersifat substitusi (pengganti) dan bersifat komplemen (pelengkap). Suatu barang menjadi substitusi daripada barang lain yakni jika barang komoditi tersebut dapat memuaskan keperluan atau keinginan yang sama.

### 3. Hubungan antara selera dengan permintaan kredit.

Cita rasa atau selera masyarakat terhadap suatu barang merupakan kepuasan individu yang berbeda-beda. Kemajuan teknologi semakin banyak pemilihan alat transportasi, termasuk sepeda motor yang diminati masyarakat karena lebih irit, hemat dan cepat.

Sampai ketempat tujuan bila dibandingkan dengan kendaraan roda empat (mobil). Sebelum membeli alat transportasi sepeda motor, masyarakat akan memilih dengan selektif agar sepeda motor yang akan dibeli memberikan kepuasan dan sesuai selera. Selera merupakan kegiatan seseorang untuk membeli suatu barang atau jasa. Selera konsumen pada umumnya berubah dari waktu ke waktu. Meningkatkan selera seseorang terhadap suatu barang tertentu pada umumnya berakibat naiknya jumlah permintaan terhadap barang tersebut, begitu pula sebaliknya menurunnya selera konsumen terhadap suatu barang tertentu pada umumnya berakibat berkurangnya jumlah permintaan terhadap barang tersebut

Menurut Sugiarto (2005), perubahan cita rasa atau selera masyarakat mempengaruhi permintaan. Bila selera konsumen terhadap suatu barang komoditas

meningkat maka permintaan komoditas tersebut akan meningkat, demikian pula bila selera konsumen berkurang maka permintaan komoditas tersebut menurun.

Arief Budiarto (2013). Selera mempengaruhi permintaan suatu barang, dimana jika selera masyarakat terhadap suatu barang meningkat, maka permintaan terhadap barang tersebut akan meningkat.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang relevan dengan kajiannya akan menjadi masukan untuk melengkapi penelitian ini. Penelitian yang relevan dengan penelitian ini antara lain :

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Judul, Penulis Dan Tahun Penelitian	Variabel Dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Sepeda Motor Dikota Semarang,  (Arief Budiarto dan Evi Yulia Purwanti), 2013	Y=Permintaan sepeda motor X <sub>1</sub> = Pendapatan X <sub>2</sub> =Tarif angkutan umum X <sub>3</sub> =Jumlah anggota keluarga X <sub>4</sub> =Harga kendaraan X <sub>5</sub> = Selera. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan Pendekatan Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan sepeda motor, tarif angkutan umum berpengaruh positif dan signifikan , jumlah anggota keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan sepeda motor, harga sepeda motor berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap permintaan sepeda motor, dan selera berpengaruh negatif terhadap permintaan sepeda motor.
2.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan	Y=Pertumbuhan Kendaraan roda dua berjangka (unit).	Hasil penelitian adalah Jumlah penduduk berpengaruh positif terhadap

	<p>Kendaraan Bermotor Roda Dua di Kota Pekanbaru,</p> <p>(Muhammad Choirul Amin), 2017</p>	<p><math>X_1</math>=Jumlah Penduduk. <math>X_2</math>=Jumlah Pendapatan Perkapita <math>X_3</math>=Jumlah Pajak Kendaraan Bermotor. Metode yang digunakan Analisis Regresi Linear Berganda.</p>	<p>jumlah pertumbuhan kendaraan Roda dua, Pendapatan per kapita berpengaruh positif terhadap jumlah kendaraan roda dua, dan Jumlah pajak kendaraan bermotor tidak berpengaruh terhadap jumlah kendaraan roda dua.</p>
3.	<p>Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Kendaraan Bermotor Roda Dua Di Kota Makassar,</p> <p>(Suharwan Hamzah), 2013</p>	<p><math>Y</math>=Permintaan kendaraan bermotor roda dua. <math>X_1</math>=Pendapatan <math>X_2</math>= Harga sepeda Motor. <math>X_3</math>=Jangka waktu Pengembalian Kredit. Metode yang digunakan adalah metode analisis inferensial, analisis regresi berganda. kuantitatif</p>	<p>Hasil penelitian ini bahwa, Pendapatan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap permintaan kendaraan bermotor roda dua di kota Makassar, Harga kendaraan bermotor roda dua memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan kendaraan bermotor roda dua di Kota Makassar. Dan Jangka waktu pengembalian kredit kendaraan bermotor roda dua berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap permintaan kendaraan bermotor roda dua di Kota Makassar.</p>
4.	<p>Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Kredit Sepeda Motor Di PT. Federal Internasional Finance (FIF) Group Pos Bone Tahun 2016,</p> <p>(Akbar Kartono), 2018.</p>	<p><math>Y</math>=Permintaan Kredit sepeda Motor. <math>X_1</math>=Pendapatan. <math>X_2</math>=Uang muka. <math>X_3</math>=Jangka waktu Pengembalian Kredit. Penelitian kuantitatif dan metode penelitian yang merupakan pendekatan ilmiah terhadap keputusan ekonomi.</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh nyata dan signifikan terhadap permintaan kredit motor,uang muka berpengaruh dan tidak signifikan terhadap permintaan kredit motor,jangka waktu berpengaruh nyata dan tidak signifikan terhadap permintaan kredit motor,pendapatan berpengaruh positif terhadap</p>

			permintaan kredit motor, uang muka berpengaruh negative, dan jangka waktu pengembalian berpengaruh positif.
5.	Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Kredit Sepeda Motor Di Kota Makassar,  (Qarina), 2012.	Y= Permintaan kredit Motor X <sub>1</sub> =Pendapatan X <sub>2</sub> =Biaya angsuran X <sub>3</sub> =Jangka waktu Pengembalian kredit. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis inferensial, yaitu analisis regresi linear berganda. Penelitian kuantitatif.	Hasil regresi dengan Model OLS menunjukkan bahwa pendapatan, biaya angsuran, jangka waktu pengambalian kredit, dan harga tunai sepeda motor berpengaruh positif terhadap permintaan kredit sepeda motor, dan sebagai tambahan biaya angsurandan jangka waktu pengambalian kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan kredit sepeda motor di Kota Makassar, sedangkan pendapatan dan harga tunai sepeda motor berpengaruh positif dan tidak terlalu signifikan terhadap permintaan kredit sepeda motor di Kota Makassar tahun 2012.
6.	Analisis Permintaan Sepeda Motor Matic di Kota Semarang.  (Nenik Woyanti), 2010.	Y=Permintaan Sepeda Motor Matic. X <sub>1</sub> =Harga sepeda motor matic X <sub>2</sub> =Harga sepeda motor metic bebek manual X <sub>3</sub> =Pendapatan Rumah Tangga X <sub>4</sub> =Jumlah Anggota Keluarga X <sub>5</sub> =Selera Keluarga. Metode penelitian yang digunakan model regresi Berganda, penelitian kuantitatif.	Hasil penelitian adalah Harga sepeda motormatic berpengaruh negative terhadap permintaan sepeda motor, harga sepeda motor manual berpengaruh positif terhadap permintaan sepeda motor matic, Pendapatan rumah tangga berpengaruh positif terhadap permintaan sepeda motor matic, dan selera keluarga mempunyai pengaruh positif terhadap jumlah permintaan sepeda motor matic.

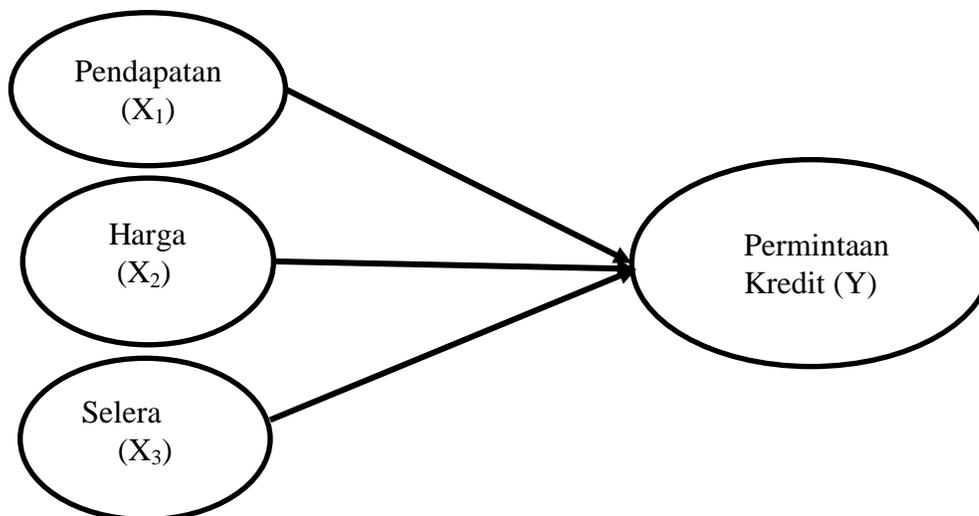
7.	Elastisitas Harga dan Pendapatan Terhadap Permintaan Kredit Sepeda Motor di Kabupaten Manokwari,  ( Yuyun Puji Rahayu) , 2018	Y=Elastisitas Permintaan Kredit. X <sub>1</sub> = Harga produk. X <sub>2</sub> =Pendapatan. Metode yang digunakan Metode analisis statistik deskriptif dan model analisis Regresi linier berganda. Penelitian kuantitatif.	Hasil penelitian, harga mempengaruhi permintaan kredit sepeda motor di kabupaten manokwari sedangkan pendapatan tidak mempengaruhi permintaan kredit sepeda motor pada taraf kepercayaan 95%.
8.	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Sepeda Motor: Survei Konsumen Sepeda Motor Wilayah Kecamatan Cibitung Kabupaten Bekasi,  (Wahyudi Rahadian Hidayat), 2017	Y=Permintaan sepeda motor. X <sub>1</sub> = Harga X <sub>2</sub> =Pendapatan konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei eskplanatoridengan Teknik deskriptif dan analisis data kuantitatif. Pengujian data dalam penelitian ini adalah analisis Regresi Linier Berganda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan, pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan.
9	Pengaruh Gaya Hidup, Uang Muka, Harga, Dan Jangka Waktu Angsuran Terhadap Minat Pembiayaan Kepemilikan Sepeda Motor,  (Hanifatul Masrurroh), 2019.	Y=Minat Pembiayaan. X <sub>1</sub> =Gaya Hidup X <sub>2</sub> =Uang Muka X <sub>3</sub> =Harga X <sub>4</sub> =Jangka waktu angsuran. Metode yang digunakan adalah metode analisis regresi linear berganda kuantitatif.	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa,Gaya hidup,berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembiayaan kepemilikan sepeda motor, uang muka berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembiayaan kepemilikan sepeda motor, harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat pembiayaan kepemilikan sepda motor dan jangka waktu angsuran tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat pembiayaan sepeda motor.

10	Pendapatan Konsumen: Faktor Utama Permintaan Kredit Sepeda Motor Pada PT FEDERAL INTERNASIONAL FINANCE (FIF) Cabang Purwokerto, ( Agus Arifin), 2013.	Y=Permintaan kredit Sepeda Motor $X_1$ =Pendapatan Rumah tangga konsumen. $X_2$ =Komsumsi Rumah tangga konsumen $X_3$ =Harga tunai sepeda motor. $X_4$ =Suku bunga kredit. $X_5$ =Uang muka kredit sepeda motor. $X_6$ =Jangka waktu Pengembalian kredit. Metode Penelitian yang digunakan adalah model analisis <i>cross sectional</i> dengan menggunakan metode analisis regresi Logistik. Penelitian kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, pendapatan, komsumsi, dan jangka waktu kredit berpengaruh signifikan dan harga, suku bunga, dan uang muka tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan kredit motor. Dari hasil hipotesis pertama permintaan kredit sepeda motor ditolak. Dan faktor pendapatan yang paling berpengaruh terhadap permintaan kredit sepeda motor dalam hipotesis kedua, diterima
----	---	---	---

### 2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual menjadi pedoman peneliti dalam penulisan penelitian dengan uraian kajian teori diatas, dan menentukan keterkaitan antara variabel yang akan digunakan. Dengan mengacu pada uraian teori diatas, maka garis besar yang dijadikan acuan dalam penulisan penelitian ini yaitu, pengaruh pendapatan, harga, dan selera. Dapat dilihat dari bagan dibawah ini :

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.



## 2.4 Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik. (Sugiyono.2011). Berdasarkan uraian teori diatas maka hipotesis yang dirumuskan sebagai berikut :

H1: Diduga bahwa pendapatan berpengaruh terhadap permintaan kredit sepeda motor di FIFGROUP Pos Toraja.

H2: Diduga bahwa Harga berpengaruh terhadap permintaan kredit motor di FIFGROUP Pos Toraja.

H2: Diduga bahwa selera berpengaruh terhadap permintaan kredit motor FIFGROUP Pos Toraja.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Cresweel (2010) menyatakan bahwa, “pendekatan kuantitatif adalah pengukuran data kuantitatif dan statistik objektif melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel orang – orang atau penduduk yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survey untuk menentukan frekuensi dan presentasi tanggapan mereka“.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey. Menurut Arikunto (2013), studi survey adalah salah satu pendekatan penelitian yang ada umumnya digunakan untuk pengumpulan data yang luas dan banyak. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan instrumen yang berupa angket. Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2011). Dalam penelitian ini variabel yang diteliti adalah pendapatan, harga, dan selera terhadap permintaan kredit Motor di FIFGROUP Pos Toraja.

#### **3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Toraja Utara, Penelitian di FIFGROUP Pos Toraja. Waktu penelitian kurang lebih satu bulan yang mencakup : penyusunan proposal penelitian, penyusunan instrumen pengambilan data, pelaksanaan

pengambilan data, analisis data, penyusunan laporan penelitian dan seminar hasil penelitian.

### 3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan kelompok orang, peristiwa, atau hal yang ingin penelitian investigasi (Sekaran, 2006). Sampel adalah sebagian dari populasi yang terdiri dari sejumlah anggota yang dipilih dari populasi (Sekaran, 2006).

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli motor dengan kredit di FIFGROUP Pos Toraja dari tahun 2016-2019 sebanyak 2077 konsumen. Sampel diambil dengan menggunakan rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + (Nxe^2)}$$

Dimana :

$$n = \frac{2077}{(1 + 2077 \times (10\%)^2)}$$

$$n = \frac{2077}{(1 + (2077 \times 0.01))}$$

$$n = \frac{2077}{(1 + (2077 \times 0.01))}$$

$$n = \frac{2077}{21.77}$$

$$n = 95.40 \Rightarrow \text{dibulatkan jadi 95.}$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin besaran sampel dalam penelitian ini berjumlah 95.40 dibulatkan 95 responden dengan persentase kelonggaran karena ketidakteelitian dan kesalahan dalam pengambilan sampai 10% jadi untuk sampel penelitian ini dibutuhkan 95 responden konsumen yang memiliki sepeda motor dengan cara kredit di FIFGROUP Pos Toraja Kabupaten Toraja Utara.

### **3.4 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.4.1 Jenis data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif. Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau bentuk angka (Sugiyono.2011).

#### **3.4.2 Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Apabila penelitian menggunakan kuisisioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan peneliti, baik pertanyaan tertulis maupun lisan. Sumber data primer, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Adapun yang menjadi data primer dalam penelitian ini adalah pelanggan di FIFGROUP Pos Toraja. Data sekunder merupakan data yang didapatkan dari sumber yang sudah ada, yaitu data dari dalam perusahaan dan dari luar perusahaan. Data sekunder yang digunakan di peroleh dari FIFGROUP Pos Toraja.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket, observasi, dan dokumentasi. Angket (kuesioner) adalah instrumen penelitian yang berisi serangkaian pernyataan yang akan dijawab oleh responden mengenai pendapatan, harga, dan selera terhadap permintaan kredit motor di FIFGROUP Pos Toraja. Teknik pengumpulan data dengan cara melakukan observasi merupakan alat pengumpulan

data dengan cara mengamati, mencatat, dan menganalisa terhadap gejala, fenomena, dan objek yang akan diteliti di FIFGROUP Pos Toraja. Dokumentasi adalah mencari data mengenai variabel-variabel yang berupa catatan, buku, surat kabar, majalah, makalah, prasasti, notulen, legger, agenda dan sebagainya (Arikunto. 2013). Dan data yang dilakukan di Toraja sebagai referensi penelitian.

### **3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

#### **3.6.1 Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang akan menjadi objek penelitian, sedangkan definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan memberikan arti (Moh.Nazir,2011). Dalam variabel penelitian faktor-faktor yang berperan dalam penelitian digunakan dua jenis variabel penelitian, yaitu variabel terikat (dependen) dan variabel bebas (independen) :

##### **1. Variabel Dependen**

Variabel terikat (dependen) yang digunakan dalam penelitian ini adalah Permintaan Kredit Motor (Y), jumlah permintaan motor melalui jalur kredit dan variabel permintaan kredit Motor dalam bentuk unit pertahun.

##### **2. Variabel Independen**

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel yang lainnya. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pendapatan, harga, dan selera.

### 3.6.2 Definisi Operasional Variabel

Adapun definisi operasional dari masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 3.1** Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator Variabel	Alat Ukur
Permintaan Kredit Motor (Y)	permintaan adalah jumlah dari suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga selama jangka waktu tertentu dengan anggapan hal-hal lain tetap sama <i>ceteris paribus</i> .	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pendapatan</li> <li>2. Harga barang</li> <li>3. Kebutuhan</li> <li>4. Selera pelanggan</li> </ol>	Kuesioner dengan skala Likert (5,4,3,2,1)
Pendapatan (X1)	Pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan, maupun tahunan (Sandono Sukirno 2004)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pendapatan perbulan</li> <li>2. Sumber pendapatan lain</li> <li>3. Daya beli</li> <li>4. Beban keluarga yang ditanggung</li> </ol>	Kuesioner dengan skala Likert (5,4,3,2,1)
Harga (X2)	Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. (Kotler dan Armstrong 2013)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga Terjangkau</li> <li>2. Harga sesuai kualitasnya</li> <li>3. Harga sesuai manfaatnya</li> <li>4. Harga adil</li> </ol>	Kuesioner dengan skala Likert (5,4,3,2,1)
Selera (X3)	Selera adalah kesukaan atau pilihan konsumen untuk mendapatkan kepuasan tertentu. Selera merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk melakukan keputusan pembelian ataupun penggunaan jasa	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelanggan puas</li> <li>2. Senang saat memakai</li> <li>3. Pelanggan lebih percaya diri</li> <li>4. Model yang bervariasi</li> </ol>	Kuesioner dengan skala Likert (5,4,3,2,1)

### 3.7 Instrumen Penelitian

Dalam sebuah menyusun penelitian dibutuhkan alat pengukur yang baik, alat ukur dalam penelitian disebut instrumen penelitian. Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti sehingga dapat diartikan bahwa instrumen adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati ( Sugiyono. 2011). Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaan lebih mudah dan hasilnya lebih baik ( Arikunto.2013).

Keberhasilan suatu penelitian ditentukan juga oleh instrumen penelitian yang digunakan dan dikumpulkan karena data yang dikumpulkan merupakan kunci pokok dalam melakukan penelitian.

Instrumen penelitian yang digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini antara lain :

#### a. Kuesioner/ Angket

Instrumen penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Kuesioner bisa terdiri atas dua pertanyaan, yaitu, pertanyaan terbuka memberi kesempatan kepada pembaca untuk menuliskan jawabannya sendiri dan pertanyaan tertutup memberi pilihan kepada responden untuk memilih jawaban yang sudah tertulis dalam kuesioner.

Adapun pengukuran menggunakan skala *likert*. Menurut sugiyono (2011) skala *likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan

persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial . Pada penelitian ini menggunakan skor 1 – 5 dengan rincian :

Simbol	Kategori	Nilai/Bobot
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak setuju	2
STS	Sangat tidak setuju	1

Sumber : Sugiyono (2011)

#### b. Observasi

Obsevasi atau pengamatan merupakan kegiatan memperhatikan objek penelitian dengan seksama. Kegiatan observasi bertujuan mencatat setiap keadaan yang relevan dengan tujuan penelitian.

#### c. Pedoman Dokumentasi

Cara lain untuk dapat memperoleh data, yaitu dengan alat bantu yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data dalam bentuk dokumen dengan berbagai kategori yang akan digunakan datanya.

Dalam penelitian ini instrumen penelitian sangat penting karena sebagai alat pembuktian hipotesis dan kebenaran suatu data menentukan hasil penelitian yang bermutu dan benar tidaknya suatu data tergantung dari baik benarnya instrumen pengumpulan data. Uji instrumen dalam penelitian untuk menentukan valid dan reliabel data yang diterima yaitu:

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji valid tidaknya kuesioner yang telah diisi oleh responden. Item kuesioner dikatakan valid apabila nilai  $r_{hitung} >$  dari  $r_{table}$ , diman nilai koefisien kolerasi ( $r_{hitung}$ ) hasil perhitungan lebih besar dari nilai koefisien dari tabel *degree of freedom* (df) = n-2, dalam alpha 0,05

### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi suatu angket atau kuesioner yang digunakan peneliti. Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas jika nilai cronbach's Alpha  $>0,60$  maka kuesioner dinyatakan reliabel atau konsisten

## 3.8 Analisis Data

### 3.8.1 Regresi Linear Berganda

Analisi data salah satu proses penelitian yang dilakukan setelah semua data yang diperlukan guna memecahkan permasalahan yang diteliti sudah diperoleh dengan lengkap. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda ( Hasan, 2001:262).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Permintaan Kredit Motor

$X_1$  = Pendapatan

$X_2$  = Harga

$X_3$  = Selera

$a$  = Konstanta,

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien regresi.

### 3.8.2 Uji Hipotesis

#### 1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis  $R^2$  atau koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel independen (Pendapatan, harga, dan selera) memberikan pengaruh terhadap variabel dependen (Permintaan) dari persamaan regresi yang diperoleh nilai *R Square*.

#### 2. Uji Parsial (Uji T)

Uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individu dalam menerangkan variabel dependen secara parsial atau terpisah.

Asumsinya :

1. Jika angka probabilitas (signifikansi)  $> 0,05$ , maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen . DITOLAK
2. Jika angka probabilitas (signifikansi)  $< 0,05$ , variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen. DITERIMA

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Perusahaan**

##### **4.1.1 Sejarah singkat perusahaan**

PT Federal International Finance (“FIFGROUP”) didirikan dengan nama PT Mitrapusaka Artha Finance pada bulan Mei 1989. Berdasarkan ijin usaha yang diperoleh dari Menteri Keuangan, maka Perseroan bergerak dalam bidang Sewa Guna Usaha, Anjak Piutang dan Pembiayaan Konsumen.

Pada tahun 1991, Perusahaan merubah nama menjadi PT Federal International Finance, namun seiring dengan perkembangan waktu dan guna memenuhi permintaan pasar, Perseroan mulai memfokuskan diri ke pembiayaan sepeda motor Honda pada bidang pembiayaan konsumen pada tahun 1996. Pada Mei 2013 merubah nama perusahaan menjadi FIFGROUP.

FIFGROUP menyediakan fasilitas pembiayaan konvensional dan syariah bagi konsumen yang ingin membeli sepeda motor Honda. FIFGROUP terus berkembang dengan menambahkan rangkaian produk pembiayaan yang luas untuk memenuhi berbagai keperluan pelanggan, yang dilakukan dengan menerapkan manajemen resiko yang terintegrasi. FIFGROUP Pos Toraja berada di jalan Tedong balian kompleks pasar bolu . FIFGROUP bergerak di bisnis layanan pembiayaan dengan nama brand yaitu:

1. FIFASTRA *motorcycle financing*, jasa layanan pembiayaan sepeda motor Honda. Baik motor baru maupun bekas berkualitas

2. SPEKTRA *multi financing*, jasa layanan pembiayaan multiguna untuk menjawab berbagai kebutuhan masyarakat, mulai dari alat elektronik, perabot rumah tangga, *furniture*, gadget, produk *lifestyle*, dan kebutuhan lainnya.
3. DANASTRA *mirco financing*, diluncurkan untuk menjawab kebutuhan publik untuk solusi pembiayaan dalam mengembangkan bisnis dan modal kerja serta untuk pembiayaan multiguna.
4. AMITRA *syariah financing*, AMITRA telah mempromosikan produk perjalanan religi unggulannya dalam bentuk Umroh Reguler, Umroh Plus, dan Haji. Semua kontrak di AMITRA dibuat dalam akad berbasis syariah.

Dalam mencapai tujuan FIFGROUP memiliki visi dan misi dan nilai-nilai yang dianut dalam menjalankan usahanya. Adapun Visi dari FIFGROUP “ Menjadi Pemimpin Industri yang Dikagumi Secara Nasional”. Sedangkan Misi FIFGROUP “ Membawa Kehidupan yang Lebih Baik untuk Masyarakat”.

FIFGROUP hadir untuk mengakomodir keanekaragaman kebutuhan masyarakat Indonesia dengan senantiasa berpegang pada prinsip inovasi dan kreativitas. ‘Mengubah tantangan menjadi peluang’ adalah landasan pemikiran yang membuat FIFGROUP terus berkembang.

#### **4.1.2 Struktur organisasi dan tanggungjawab**

Struktur organisasi merupakan salah satu segi penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan, karena struktur organisasi dapat memperjelas batas-batas dari tugas dan wewenang serta tanggungjawab seseorang sebagai anggota dari suatu organisasi.

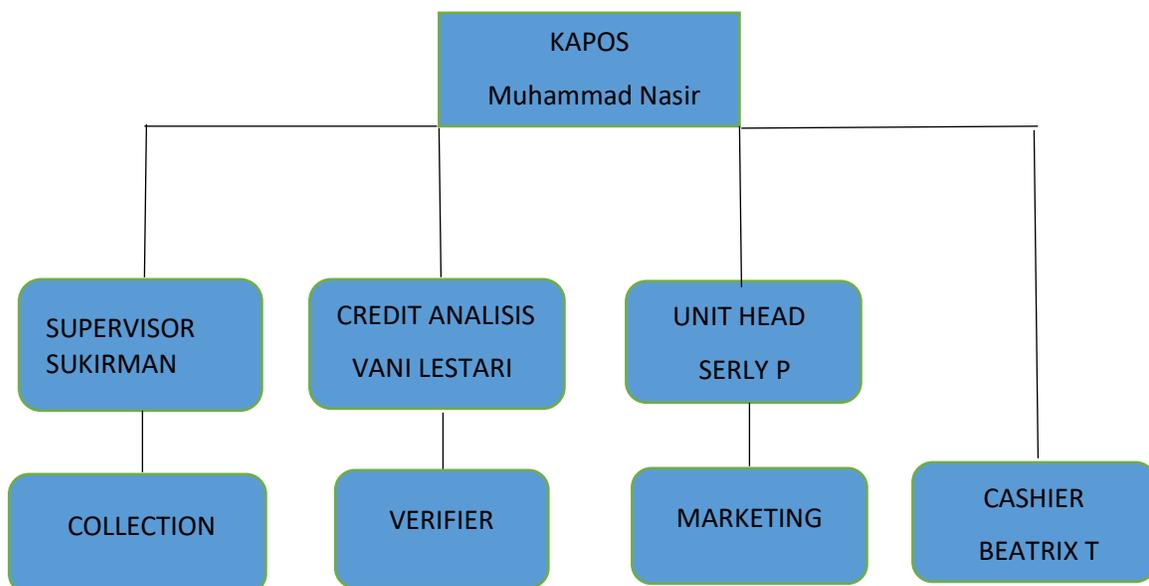
Sehingga hal ini dapat menghilangkan hambatan-hambatan dalam melaksanakan pemberian tugas.

Selanjutnya bentuk organisasi yang baik akan tergantung kepada situasi dan kondisi dari tiap-tiap perusahaan dan tujuan yang ingin dicapai. Hal ini disebabkan oleh bentuk dari struktur organisasi antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya berbeda, sehingga bentuk dari struktur organisasi yang digunakan oleh suatu perusahaan akan mendukung tujuan yang ingin dicapai. Dengan mengetahui tugas dan tanggungjawab masing-masing maka pelaksanaan tugas dan tanggungjawab akan berjalan lancar sehingga mempermudah dalam pencapaian tujuan perusahaan.

Gambar 4.1

### Struktur Organisasi

#### FIFGROUP Pos Toraja



Sumber : Data FIFGROUP Pos Toraja

Selanjutnya dari struktur organisasi diatas dapat dijelaskan tugas dan tanggungjawab setiap karyawan sebagai berikut :

1. Kapos memimpin dan mengontrol seluruh kinerja karyawan yang ada di Pos dan memberi izin untuk setiap team dalam melakukan tugas dan tanggungjawab masing-masing.
2. Supervisor memberikan lembar tugas ke pada kolektor, mengontrol kinerja kolektor di lapangan dan menginput data hasil penagihan kolektor.
3. Collector, Menagih angsuran konsumen yang menunggak.
4. Credit Analis (CA), menerima order yang masuk, menganalisa hasil verifikasi verifier dilapangan untuk, memberikan hasil dan menginput hasil analisa kesistem.
5. Verifier, menerima order dan menverifikasi data calon konsumen di lapangan dan melaporkan hasil survei kepada Credit analis (CA) .
6. Unit Head, menyeleksi dan menyetujui permohonan pinjaman dana bpkb motor dan mengontrol pola bayar angsuran awal konsumen.
7. Marketing, Mencari konsumen yang ingin meminjam dana tunai dengan jaminan BPKB.
8. Cashier, Menerima angsuran konsumen, menerima dan mengeluarkan uang keperluan kantor, dan menginput penerimaan kolektor.

## 4.2 Hasil Penelitian

### 4.2.1 Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebar dan diterima dapat diketahui karakteristik responden yang akan dibahas. Adapun jumlah sampel 95 orang.

#### 1. Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin

Data responden berdasarkan jenis kelamin dari nasabah yang kredit motor di FIFGROUP Pos Toraja adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin pada FIFGROUP Pos Toraja.

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)
1.	Perempuan	45
2.	Laki-Laki	50
	Jumlah	95

Sumber: Data Primer Diolah 2020

Dari tabel diatas dapat diketahui jumlah responden yang mengambil kredit motor di FIFGROUP Pos Toraja berdasarkan jenis kelamin perempuan sebanyak 45 orang, sedangkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 50 orang. Dari data tabel diatas dapat dilihat bahwa responden yang dominan kredit motor di FIFGROUP Pos Toraja jenis kelamin Laki-laki.

#### 2. Jumlah responden berdasarkan pekerjaan.

Data responden berdasarkan pekerjaan dari nasabah yang kredit motor di FIFGROUP Pos Toraja adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2. Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan pada FIFGROUP Pos Toraja.

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah (orang)
1.	PNS	32
2.	SWASTA	34
3.	WIRASWASTA	20
4.	BURUH	9
	Jumlah	95

Sumber: Data Primer Diolah 2020

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pekerjaan responden yang paling dominan kredit motor di FIFGROUP Pos Toraja adalah Swasta sebesar 34 orang, yang lainnya seperti PNS 32 orang, Wiraswasta 20 orang, dan Buruh 9 orang.

### 3. Jumlah Responden Berdasarkan Penghasilan Per bulan.

Data Responden berdasarkan Penghasilan Per bulan dari nasabah yang kredit motor di FIFGROUP Pos Toraja adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3. Jumlah Responden Berdasarkan Penghasilan per bulan.

No	Penghasilan Per bulan	Jumlah(orang)
1.	< Rp 2.000.000 per Bulan	15
2.	Rp 2.000.000-Rp 5.000.000 per Bulan	51
3.	Rp 5.000.000-Rp10.000.000per Bulan	26
4.	Rp 10.000.000 per Bulan	3
	Jumlah	95

Sumber: Data Primer Diolah 2020

Dari data tabel 4 diatas dapat dilihat bahwa penghasilan responden per Bulan dari nasabah yang paling dominan yang kredit motor di FIFGROUP Pos Toraja sebesar Rp 2.000.000-Rp 5.000.000 per Bulan sebanyak 51 orang, sedangkan lainnya

seperti, perhasilan < Rp 2.000.000 per Bulan sebanyak 15 orang, penghasilan Rp 5.000.000-Rp10.000.000 per Bulan sebanyak 26 orang, dan penghasilan Rp 10.000.000 per Bulan hanya 3 orang.

#### 4.2.2 Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini terdiri dari variabel bebas yaitu, pendapatan, harga, dan selera, serta variabel terikat yaitu Permintaan kredit motor. Data dari variabel tersebut dikumpulkan menggunakan kuesioner

##### 1) Deskripsi Data Variabel Pendapatan

Variabel Pendapatan dalam penelitian ini dapat dilihat tanggapan dari responden pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.4 Deskripsi data variabel pendapatan.

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Harga sepeda motor yang ditawarkan di Fifgroup Pos Toraja sesuai dengan pendapatan Bapak/ibu .	43	47	5	0	0
2	Bapak/ibu memiliki sumber pendapatan yang lain untuk melakukan pembelian secara kredit sepeda motor di Fifgroup Pos Toraja.	48	41	6	0	0
3	Bapak/ibu selalu memiliki daya beli secara kredit atas type sepeda motor di Fifgroup Pos Toraja	40	44	11	0	0
4	Bapak/ibu memiliki beban tanggungan keluarga setiap bulan	35	52	8	0	0

Sumber: Data Primer (Kuesioner), diolah (2020)

Berdasarkan data tabel diatas, diperoleh informasi dari responden mengenai variabel pendapatan konsumen pada FIFGROUP Pos Toraja bahwa pernyataan pertama diatas mendapatkan tanggapan setuju yang dominan 47 Responden, menyatakan sangat setuju 43 responden, 5 responden menyatakan netral, menyatakan tidak setuju 0 responden, dan 0 responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Pada pernyataan kedua mendapatkan tanggapan sangat setuju yang dominan 48 Responden, 41 responden sangat setuju, Netral 6 responden, yang menyatakan tidak setuju 0 responden dan 0 responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Pada pernyataan ketiga, mendapatkan tanggapan setuju yang dominan 44 responden, yang menyatakan sangat setuju 40 responden, 11 responden menyatakan netral, tidak setuju 0 responden, dan menyatakan sangat tidak setuju 0 responden. Pada pernyataan keempat, mendapatkan tanggapan setuju yang dominan 52 responden, yang menyatakan sangat setuju 35 responden, 8 responden menyatakan netral, tidak setuju 0 responden, dan menyatakan sangat tidak setuju 0 responden.

## 2) Deskripsi Data Variabel Harga

Variabel Pendapatan dalam penelitian ini dapat dilihat tanggapan dari responden pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.5 Deskripsi Data Variabel Harga

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Harga yang ditawarkan pada saat mengajukan pembiayaan sepeda motor sangat terjangkau di Fifgroup Pos Toraja.	3	28	42	22	0

2.	Kualitas sepeda motor yang ditawarkan di Fifgroup Pos Toraja sesuai dengan harganya.	2	18	49	26	0
3.	Harga sepeda motor di Fifgroup Pos Toraja memiliki manfaat yang sesuai dengan harganya	2	22	63	8	0
4.	Harga yang ditawarkan pada saat mengajukan pembiayaan sepeda motor di Fifgroup Pos Toraja sesuai dengan ketentuan agama yaitu harga yang adil	2	35	54	4	0

Sumber: Data Primer (Kuesioner), diolah (2020)

Berdasarkan data tabel diatas, diperoleh informasi dari responden mengenai variabel harga pada FIFGROUP Pos Toraja bahwa pernyataan pertama diatas mendapatkan tanggapan netral yang dominan 42 responden, menyatakan sangat setuju 3 responden, 28 responden menyatakan setuju, menyatakan tidak setuju 22 responden, dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Pada pernyataan kedua mendapatkan tanggapan netral yang dominan 49 Responden, 2 responden sangat setuju, setuju 22 responden, yang menyatakan tidak setuju 8 responden dan 0 responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Pada pernyataan ketiga, mendapatkan tanggapan dari responden netral yang dominan 63 responden sama dengan sangat setuju 2 responden, 22 responden menyatakan setuju, tidak setuju 8 responden, dan menyatakan sangat tidak setuju 0 responden. Pada pernyataan keempat, mendapatkan tanggapan dari responden netral yang dominan 54 responden, menyatakan sangat setuju 2 responden, 35 responden menyatakan setuju, menyatakan tidak setuju 4 responden, dan 0 responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

### 3) Deskripsi Data Variabel Selera

Variabel selera dalam penelitian ini dapat dilihat tanggapan dari responden pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.6 Deskripsi Data Variabel Selera

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Sepeda motor yang dijual di Fifgroup Pos Toraja sangat nyaman digunakan	35	49	11	0	0
2	Bapak/ibu membeli sepeda motor merk honda di Fifgroup Pos Toraja karena terbukti kualitas produknya.	33	47	15	0	0
3	Saat memakai sepeda motor merk honda bapak/ibu merasa lebih percaya diri	30	53	12	0	0
4	Sepeda motor merk honda yang ditawarkan di Fifgroup Pos Toraja memiliki type yang bermacam-macam	32	60	3	0	0

Sumber: Data Primer (Kuesioner), diolah (2020)

Berdasarkan data tabel diatas, diperoleh informasi dari responden mengenai variabel selera pada FIFGROUP Pos Toraja bahwa pernyataan pertama diatas mendapatkan tanggapan setuju yang dominan 49 Responden, menyatakan sangat setuju 35 responden, 12 responden menyatakan netral, menyatakan tidak setuju 0 responden, dan 0 responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Pada pernyataan kedua mendapatkan tanggapan setuju yang dominan 47 responden, 33 responden sangat setuju, Netral 15 responden, yang menyatakan tidak setuju 0 responden dan 0 responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Pada pernyataan ketiga, mendapatkan tanggapan dari responden setuju yang dominan 53 responden sama dengan sangat setuju 0 responden, 12 responden menyatakan netral, tidak setuju 0 responden, dan menyatakan sangat tidak setuju 0 responden. Pada pernyataan

keempat, mendapatkan tanggapan dari responden setuju yang dominan 60 responden, menyatakan sangat setuju 32 responden, 3 responden menyatakan netral, menyatakan tidak setuju 0 responden, dan 0 responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

#### 4) Deskripsi Data Variabel Permintaan

Variabel permintaan dalam penelitian ini dapat dilihat tanggapan dari responden pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.7 Deskripsi Data Variabel Permintaan.

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Bapak/ibu memutuskan kredit sepeda motor di Fifgroup Tos Toraja karena sesuai pendapatan perbulan	31	50	14	0	0
2	Bapak/ibu memutuskan kredit sepeda motor di Fifgroup Pos Toraja karena harga sesuai dengan kondisi keuangan.	47	45	3	0	0
3	Bapak/ibu memutuskan kredit sepeda motor di Fifgroup Tos Toraja karena terdorong oleh kebutuhan.	48	43	4	0	0
4	Bapak/ibu memutuskan kredit di Fifgroup Toraja karena sesuai dengan selera kendaraan yang diinginkan.	44	49	2	0	0

Sumber: Data Primer (Kuesioner), diolah (2020)

Berdasarkan data tabel diatas, diperoleh informasi dari responden mengenai variabel harga pada FIFGROUP Pos Toraja bahwa, pernyataan pertama diatas mendapatkan tanggapan setuju yang dominan 50 responden, menyatakan sangat setuju 31 responden, 14 responden menyatakan netral, menyatakan tidak setuju 0 responden, dan 0 responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Pada pernyataan kedua mendapatkan tanggapan sangat setuju yang dominan 47 Responden, 45 responden setuju, Netral 3 responden, yang menyatakan tidak setuju 0 responden dan 0 responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Pada pernyataan ketiga,

mendapatkan tanggapan sangat setuju yang dominan 48 Responden, 43 responden setuju, 4 responden menyatakan netral, tidak setuju 0 responden, dan menyatakan sangat tidak setuju 0 responden. Pada pernyataan keempat, mendapatkan tanggapan dari responden setuju yang dominan 47 responden, menyatakan sangat setuju 44 responden, 2 responden menyatakan netral, menyatakan tidak setuju 0 responden, dan 0 responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

### 4.3 Uji Instrumen

#### 4.3.1 Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui Valid atau tidaknya suatu kuesioner. Item kuesioner dikatakan valid apabila nilai  $r_{hitung} >$  dari  $r_{tabel}$ . Untuk mengetahui nilai  $r_{hitung}$ , menggunakan alat bantu spss versi 21. Untuk nilai  $r_{tabel}$  dengan mencarinya dalam tabel yang terlampir dengan mengetahui terlebih dahulu nilai derajat kebebasannya  $(n-2)$ , dimana sampelnya  $95-2=93$ . Hasil pengujian validitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.8** Hasil uji validitas

No	Variabel	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
<b>Pendapatan</b>				
1	x1_p1	0,744	0,2017	Valid
2	x1_p2	0,765	0,2017	Valid
3	x1_p3	0,724	0,2017	Valid
4	x1_p4	0,752	0,2017	Valid
<b>Harga</b>				
1	x2_p1	0,787	0,2017	Valid

2	x2_p2	0,810	0,2017	Valid
3	X2_p3	0,670	0,2017	Valid
4	X2_p4	0,641	0,2017	Valid
<b>Selera</b>				
1	X3_p1	0,732	0,2017	Valid
2	X3_p2	0,848	0,2017	Valid
3	x3_p3	0,751	0,2017	Valid
4	X3_p4	0,605	0,2017	Valid
<b>Permintaan</b>				
1	y_p1	0,834	0,2017	Valid
2	y_p2	0,794	0,2017	Valid
3	y_p3	0,638	0,2017	Valid
4	y_p4	0,593	0,2017	Valid

Sumber: Data Primer (OutputSPSS) yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil uji validitas dari semua pernyataan diatas memiliki nilai  $R_{hitung} > R_{tabel}$  dengan signifikan 5%. Semua pernyataan diatas dinyatakan valid untuk digunakan sebagai instrument penelitian.

#### 4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi suatu angket atau kuesioner yang digunakan peneliti. Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas jika nilai cronbach's Alpha  $> 0,60$  maka kuesioner dinyatakan reliabel atau konsisten. Sebaliknya jika nilai Cronbach's Alpha  $< 0,60$  maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten ( V. Wiratna Sujarweni 2014). Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.9 uji reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Alpha Hitung</b>	<b>Cronbach Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
Pendapatan	0,732	0,60	Reliabel
Harga	0,708	0,60	Reliabel
Selera	0,722	0,60	Reliabel
Permintaan	0,687	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer (OutputSPSS) yang diolah, 2020.

Dari data tabel diatas, diketahui bahwa masing-masing dari variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih besar  $> 0,60$ . Dimana variabel Pendapatan nilai *cronbach's alpha* 0,732, variabel harga nilai *cronbach's alpha* 0,708, variabel selera nilai *cronbach's alpha* 0,722, dan variabel permintaan nilai *cronbach's alpha* 0,687. Dapat disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel, sehingga item-item dari pernyataan diatas pada masing-masing variabel layak digunakan untuk alat ukur dalam penelitian ini.

#### **4.4 Analisis Data**

##### **4.4.1 Regresi Linear Berganda**

Regresi linear berganda merupakan suatu metode atau teknik analisis hipotesis penelitian untuk menguji seberapa besar pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat dalam bentuk persamaan regresi (matematik). Hasil dari regresi linear berganda yang menggunakan SPSS sebagai alat analisis dari penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.10** Hasil regresi linear berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,126	2,260		3,595	0,001
	X1 (Pendapatan)	0,343	0,086	0,376	3,999	0,000
	X2 (Harga)	-0,151	0,080	-0,181	-1,898	0,061
	X3 (Selera)	0,316	0,084	0,347	3,776	0,000
a. Dependent Variable: Y (permintaan)						

Sumber: Data Primer (OutputSPSS) yang diolah, 2020.

Setelah memperoleh hasil dari table diatas, maka persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = 8,126 + 0,343 X_1 - 0,151 X_2 + 0,316 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Permintaan

X<sub>1</sub> = Pendapatan

X<sub>2</sub> = Harga

X<sub>3</sub> = Selera

Perumusan diatas dapat dijelaskan dibawah ini :

- 1) Nilai Konstanta sebesar 8,126 menandakan bahwa, apabila variabel pendapatan, harga, dan selera diabaikan atau sama dengan nol, maka permintaan kredit motor adalah sebesar 8,126.
- 2) Koefisien regresi dari variabel X<sub>1</sub> ( Pendapatan) adalah 0,343. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan pendapatan sebesar satu rupiah, maka permintaan kredit motor akan mengalami kenaikan sebesar 0,343.

- 3) Koefisien regresi dari variable  $X_2$  (harga) adalah -0,151. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan harga sebesar satu rupiah, maka permintaan kredit motor akan turun sebesar -0,151 .
- 4) Koefisien regresi dari variabel  $X_3$  (selera) adalah 0,316. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan selera sebesar satu satuan, maka permintaan kredit motor akan naik sebesar 0,316.

#### 4.4.2 Uji Hipotesis

##### 1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis  $R^2$  atau koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel independen memberikan pengaruh terhadap variabel dependen dari persamaan regresi yang diperoleh. Hasil dari koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.11** Hasil uji koefisien determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,508 <sup>a</sup>	0,258	0,234	1,482
a. Predictors: (Constant), X3 (Selera), X1 (Pendapatan), X2 (Harga)				

Sumber: Data Primer (OutputSPSS) yang diolah, 2020.

Dari hasil analisis koefisien determinasi diperoleh angka  $R^2$  sebesar 0,258 atau 25,8%. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu pendapatan, harga, dan selera mempengaruhi variabel dependen sebesar 25,8%. Sudah diketahui

diatas bahwa nilai *R square* 25,8%, sedangkan sisanya  $100\% - 25,8\% = 74,2\%$  menunjukkan bahwa ada variabel selain pendapatan, harga, dan selera yang mempengaruhi permintaan kredit motor.

## 2. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui seberapa besar jauh pengaruh variabel independen secara individu dalam menerangkan variabel dependen. Dalam pengambilan keputusan menggunakan perbandingan antar nilai  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$ , derajat kebebasannya:  $(n-k-1)$  dimana  $n$ = jumlah responden dan  $k$ = jumlah variabel jadi derajat kebebasannya adalah  $95-3-1 = 90$ , maka  $t_{tabel}$  yang diperoleh 1,986 jadi apabila nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak. Kemudian menggunakan angka probabilitas (signifikansi) , yaitu  $< 0,05$  , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hasil uji T dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.12 hasil Uji Parsial (Uji t)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,126	2,260		3,595	0,001
	X1 (Pendapatan)	0,343	0,086	0,376	3,999	0,000
	X2 (Harga)	-0,151	0,080	-0,181	-1,898	0,061
	X3 (Selera)	0,316	0,084	0,347	3,776	0,000

a. Dependent Variable: Y (permintaan)

Sumber: Data Primer (OutputSPSS) yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel uji t diatas, berikut penjelasan mengenai pengujian hipotesis secara parsial antara variabel pendapatan, harga dan selera terhadap permintaan kredit motor di FIFGROUP Pos Toraja.

1) Hipotesis Pertama

Variabel Pendapatan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  3,999 > 1,986 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05 artinya variabel pendapatan berpengaruh signifikan terhadap permintaan kredit motor di FIFGROUP Pos Toraja. DITERIMA

2) Hipotesis Kedua

Variabel harga diperoleh nilai  $t_{hitung}$  -1,898 < 1,986 dan nilai signifikan 0,061 > 0,05 artinya variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan kredit motor di FIFGROUP Pos Toraja. DITOLAK.

3) Hipotesis Ketiga

Variabel selera diperoleh nilai  $t_{hitung}$  3,776 > 1,986 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05, artinya variabel selera berpengaruh signifikan terhadap permintaan kredit motor di FIFGROUP Pos Toraja. DITERIMA

#### **4.5 Pembahasan Hasil Analisis Data**

Dari hasil pengolahan data statistik diatas, dapat dilihat pengaruh variabel bebas yaitu, pendapatan, harga, dan selera terhadap variabel terikat yaitu permintaan kredit motor. Pengaruh dari masing-masing variabel dapat dijelaskan dibawah ini:

##### **4.5.1 Pengaruh Pendapatan Terhadap Permintaan Kredit Motor**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh signifikan terhadap permintaan kredit motor. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan kredit motor di FIFGROUP Pos Toraja. Hal tersebut diperoleh dari hasil analisis regresi linear berganda dengan pengujian parsial (uji t), jika dilihat dari tabel 4.12 *Coefficients*

dapat diketahui bahwa variabel pendapatan mempunyai  $T_{hitung}$  lebih besar dari  $T_{tabel}$  dan nilai signifikan yang lebih kecil dari nilai signifikan yang ditolerir.

Dalam teorinya Sadono Sukirno (2005), menyatakan bahwa pendapatan mempunyai pengaruh positif terhadap permintaan suatu barang. Apabila pendapatan meningkat maka permintaan barang yang dilakukan seorang individu cenderung akan meningkat pula, dan sebaliknya. variabel pendapatan sangat berpengaruh terhadap permintaan kredit disebabkan, semakin tinggi tingkat pendapatan, maka semakin meningkat permintaan terhadap suatu barang, hal ini menunjukkan bahwa pendapatan sangat berpengaruh terhadap permintaan kredit disebabkan karena besarnya pendapatan orang akan lebih berani untuk mengambil jumlah kredit yang lebih besar, sedangkan orang yang berpenghasilan rendah akan berfikir dua kali untuk mengajukan kredit yang lebih besar disebabkan beban yang dibayarkan untuk pengembalian kredit tersebut

Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Agus Arifin (2010) “ Pendapatan Konsumen : Faktor Utama Permintaan Kredit Sepeda Motor Pada Pt Federal International Finance (Fif) Cabang Purwokerto”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh signifikan terhadap permintaan sepeda motor.

#### **4.5.2 Pengaruh Harga Terhadap Permintaan Kredit Motor**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap permintaan kredit motor. Disimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan kredit motor. Hal tersebut diperoleh dari

hasil analisis regresi linear berganda dengan pengujian parsial (uji t), jika dilihat dari tabel 4.12 *Coefficients* dapat diketahui bahwa variabel harga mempunyai  $T_{hitung}$  minus dan lebih kecil dari  $T_{tabel}$  dan nilai signifikan yang lebih besar dari nilai signifikan yang ditolerir

Dalam teori Sandono Sukirno (2010), hubungan variabel harga dengan permintaan adalah hubungan yang negatif artinya bila yang harga naik maka permintaan akan turun, sebaliknya jika harga turun maka permintaan akan naik. Namun dalam kenyataannya variabel harga tidak terlalu berpengaruh terhadap permintaan kredit motor karena saat ini masyarakat tidak terlalu berfikir akan harga yang ditawarkan karena mereka dapat memiliki kendaraan tanpa harus menyiapkan uang tunai untuk membeli motor secara cash, Karena saat ini mereka dapat memiliki kendaraan bermotor dengan cara kredit dan kemudahan yang ditawarkan oleh perusahaan pembiayaan termasuk FIFGROUP kepada konsumen yang tidak mampu untuk membeli motor secara cash dengan cara kredit yang dapat diangsur setiap bulan sesuai kesepakatan tanggal jatuh tempo setiap bulan dan persyaratan yang mudah.

Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Arief Budiarto (2013) “ Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Sepeda Motor di Kota Semarang”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan kredit motor, hal ini karena pembeli motor dimudahkan dengan cara pembayaran motor secara kredit.

### 4.5.3 Pengaruh Variabel Selera Terhadap Permintaan Kredit Motor

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel selera berpengaruh signifikan terhadap permintaan kredit motor. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel selera berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan kredit motor di FIFGROUP Pos Toraja. Hal tersebut diperoleh dari hasil analisis regresi linear berganda dengan pengujian parsial (uji t), jika dilihat dari tabel 4.12 *Coefficients* dapat diketahui bahwa variabel selera mempunyai  $T_{hitung}$  lebih besar dari  $T_{tabel}$  dan nilai signifikan yang lebih kecil dari nilai signifikan yang ditolerir

Dalam teori Sugiarto (2005), perubahan cita rasa atau selera masyarakat mempengaruhi permintaan. Bila selera konsumen terhadap suatu barang komoditas meningkat maka permintaan komoditas tersebut akan meningkat, demikian pula bila selera konsumen berkurang maka permintaan komoditas tersebut menurun. Selera berpengaruh terhadap permintaan karena variabel selera mencakup beberapa aspek yaitu, kesan konsumen dalam pembelian barang, nilai guna produk, manfaat produk, kualitas produk dan masih ada faktor lain.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu, Nenek Woyanti (2010) “Analisis Permintaan Sepeda Motor Matic di Kota Semarang”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa selera berpengaruh terhadap terhadap permintaan kredit.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian pada bab sebelumnya tentang faktor-faktor yang memengaruhi permintaan kredit motor di FIFGROUP Pos Toraja, maka kesimpulan yang didapat sebagai berikut :

1. Variabel pendapatan (X1), berpengaruh signifikan terhadap permintaan kredit motor. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan pendapatan sebesar satu rupiah, maka permintaan kredit motor di FIFGROUP Pos Toraja akan mengalami kenaikan.
2. Variabel harga (X2), tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap permintaan kredit motor. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan harga sebesar satu rupiah, maka permintaan kredit motor di FIFGROUP Pos Toraja akan turun.
3. Variabel selera (X3), berpengaruh signifikan terhadap permintaan kredit motor. Dimana setiap kenaikan selera sebesar satu satuan, maka permintaan kredit motor di FIFGROUP Pos Toraja akan mengalami kenaikan.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti dapat memberikan saran yaitu:

1. Melihat tingginya minat masyarakat untuk kredit motor di FIFGROUP Pos Toraja sebaiknya masyarakat memperhatikan faktor pendapatan dan selera karena faktor tersebut berpengaruh terhadap permintaan kredit motor agar kedepannya tidak terjadi masalah.
2. Untuk pemerintah (BI) sebaiknya perlu memberikan tingkat suku bunga yang sesuai agar konsumen tidak terjebak dalam kredit yang macet.
3. Untuk perusahaan pembiayaan dan dealer motor perlu mengadakan promosi yang menarik agar masyarakat yang berada di Toraja Utara memiliki minat yang lebih tinggi lagi dalam memiliki sepeda motor dengan cara kredit .
4. Untuk peneliti selanjutnya dapat menjadikan penelitian ini sebagai bahan referensi dan melakukan penelitian yang sama dengan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto dan Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. RinnekaCipta. Jakarta.
- Amin, M. C. 2017. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Kendaraan Bermotor Roda Dua di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau* 4(1): 1106-1120
- Arifin, A. 2013. Pendapatan Konsumen:Faktor Utama Permintaan Kredit Sepeda Motor pada PT.FEDERAL INTERNATIONAL FINANCE (FIF) Cabang Purwokerto. *Journal Performance* 11 (2); 47-82.
- Budiarto, A. dan Purwanti. E. Y. 2013. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Sepeda Motor di Kota Semarang (Studi kasus : PNS Kota Semarang). *Journal of Economics, ISSN :2337-3814*, 2 (3)1-11.
- Creswell, J. W. 2010. *Research Design : Pendekatan Metode Kualitatif Kuantitatif dan Campuran*. PT Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Hamid,S.,E, dan Maulana, H A. 2019. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Upp Stim Ykpn. Yogyakarta.
- Hasan dan Iqbal, 2001. *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensi)*. Edisi Pertama. Bumi Aksara. Jakarta.
- Hamzah, S. 2013. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Kendaraan Bermotor Roda Dua di Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi*.
- Herdiana, A. F. 2016. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Sepeda Motor di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 4 (2).
- Hidayat, W. R. 2017. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Sepeda Motor:Survei Konsumen Sepeda Motor Wilayah Kecamatan Cibitung Kabupaten Bekasi. Skripsi*. Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung.
- Ida. N. 2001, *Pengantar Ekonomi Mikro*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. UMM Pres, Malang.

- Kartono, A. 2018. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Kredit Sepeda Motor Di PT. FEDERAL INTERNATIONAL FINANCE (FIF) GROUP Pos Bone Tahun 2016, Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Makassar.
- Kasmir. 2014. *Bank dan Lembaga keuangan lainnya*. Edisi Revisi 2014. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kotler, P & Armstrong, N. 2012, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Terjemahan Bob Sabran. Erlangga. Jakarta.
- Masruroh, H. 2019. *Pengaruh Gaya Hidup, Uang Muka, Harga, dan Jangka Waktu Angsuran Terhadap Minat Pembiayaan Kepemilikan Sepeda Motor. Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang
- Nazir, M. Ph. D. 2011. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia . Jakarta.
- Peraturan Menteri Keuangan Nomor 84/ PMK. 012 Tahun 2006. *Perusahaan Pembiayaan*. Jakarta.
- Qarina. 2012. *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Kredit Sepeda Motor di Kota Makassar. Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Rahayu, Y. P. 2019. Elastisitas Harga dan Pendapatan Terhadap Permintaan Kredit Sepeda Motor di Kabupaten Manokwari. *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal* 2(2). 158-170.
- Raharja, P. dan Mandala. M. 2004. *Pengantar Ilmu Ekonomi ( Mikro Ekonomi & Makroekonomi)*. Edisi Revisi. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Raharja, P. dan Mandala. M. 2014. *Pengantar Ilmu Ekonomi ( Mikro Ekonomi & Makroekonomi)*. Edisi Ketiga. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Reksoprayitno, S. 2000. *Ekonomi Makro ( Analisis IS-LM dan Permintaan – Penawaran Agregatif*. BPFF. Yogyakarta.

- Risdawanto. 2004, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penyaluran kredit BankRakyat Indonesia*. Skripsi. Fakultas ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Sandono. S, 2004. *Pengantar Teori MikroEkonomi*. Edisi Ketiga. Cetakan Dua Puluh.PT RajaGrafindo. Jakarta.
- Sandono S, 2010. *Makroekonomi Teori Pengantar*. Edisi Ketiga. PT. Raja Grafindo. Jakarta.
- Sari, I. 2015. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan Sepeda Motor Yamaha Jupiter Z Pada PT Alfa Scorpii Pekanbaru. *Jurnal Valuta* 1 (1). 1-22
- Sekaran, U. 2006. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Edisi 4. Salemba Empat. Jakarta.
- Sugiarto. 2005. *Ekonomi Mikro*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiyono, 2011. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Suparmoko, 1998, *Pengantar Ekonomika Mikro*. BPF, Yogyakarta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Pustaka Baru Press. Yogyakarta
- T. Gilarso. 2008. *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. Edisi Kelima. Kanisius. Yogyakarta
- Woyanti, N. 2010. Analisis Permintaan sepeda motor Matic di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 8 (1): 12.12