

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERMINTAAN KREDIT MOTOR DI FIFGROUP POS TORAJA KABUPATEN TORAJA UTARA

Hapid,S.E.,M.M.¹⁾, Andika Rusli,S.E.,M.Si²⁾, Beatrix Tambing³⁾

^{1,2)}Dosen Universitas Muhammadiyah Palopo

³⁾Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel pendapatan, harga, dan selera berpengaruh terhadap permintaan kredit motor di FIFGROUP Pos Toraja. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah di FIFGROUP Pos Toraja sebanyak 95 nasabah. Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pendapatan (X1) berpengaruh dan signifikan terhadap permintaan kredit motor di FIFGROUP Pos Toraja. Variabel Harga (X2) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap permintaan kredit motor di FIFGROUP Pos Toraja. Variabel Selera (X3) berpengaruh dan signifikan terhadap permintaan kredit motor di FIFGROUP Pos Toraja.

Kata Kunci : Pendapatan, Harga, Selera Permintaan.

ABSTRACT:

The purpose of this study is to find out if variable income, price, and taste affect motor credit demand at FIFGROUP Pos Toraja. The sample in this study was customers at FIFGROUP Pos Toraja as many as 95 customers. The approach used is a quantitative approach with multiple linear regression analysis methods. The results of this study show that variable income (X1) has an effect and significance on motor credit demand in FIFGROUP Pos Toraja. Variable Price (X2) has no effect and is insignificant to motor credit demand in FIFGROUP Pos Toraja. Variable Taste (X3) affects and is significant to motor credit demand at FIFGROUP Pos Toraja.

Keywords : Revenue, Price, Demand Tastes.

PENDAHULUAN

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**”.

TINJUAN PUSTAKA

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.

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)

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.
2. Sumber pendapatan lain.
3. Daya beli.
4. Beban keluarga yang ditanggung.

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, 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.
2. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga.
3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
4. Kesesuaian harga dengan manfaat.

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.

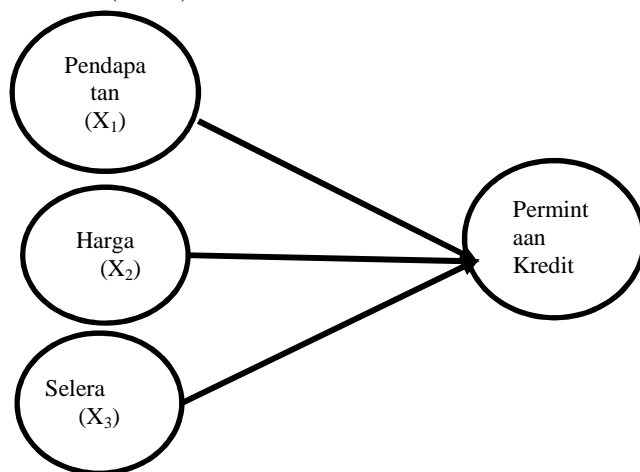
Menurut Sukirno (2013), selera atau cita rasa mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan masyarakat untuk membeli barang-barang. Sejalan dengan pendapat Sugiarto (2005), menambahkan perubahan cita rasa atau selera masyarakat mempengaruhi permintaan. Bila selera konsumen terhadap suatu barang 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,
2. Senang saat memakai,
3. Pelanggan lebih percaya diri.
4. Model yang bervariasi.

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



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.

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.

H3: Diduga bahwa selera berpengaruh terhadap permintaan kredit motor di FIFGROUP Pos Toraja.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Toraja Utara, Penelitian di FIFGROUP Pos Toraja. Waktu penelitian ini kurang lebih satu bulan.

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah 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 2010).

Sumber data pada penelitian ini adalah 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.

Instrumen penelitian yang digunakan adalah dalam pengumpulan data yaitu :

1. 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

2. Observasi

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

3. 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.

Adapun analisis daya yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

Regresi Linear Berganda

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

Keterangan:

Y = Permintaan Kredit Motor

X₁ = Pendapatan

X₂ = Harga

X₃ = Selera

a = Konstanta,

b₁, b₂, b₃ = Koefisien regresi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dari hasil analisis data dan pengujian hipotesis diperoleh kesimpulan bahwa secara parsial variabel pendapatan diperoleh nilai

signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, variabel harga $0,061 > 0,05$ sedangkan variabel selera diperoleh nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Pendapatan dan selera berpengaruh signifikan terhadap permintaan kredit motor di FIFGROUP Pos Toraja dan variabel harga tidak berpengaruh terhadap permintaan kredit motor di FIFGROUP Pos Toraja.

Pembahasan Secara Parsial 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), diperoleh nilai $t_{hitung} 3,999 > 1,986$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Agus Arifin (2010). 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.

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), diperoleh nilai $t_{hitung} - 1,898 < 1,986$ dan nilai signifikan $0,061 > 0,05$. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Arief Budiarto (2013). 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.

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), diperoleh nilai $t_{hitung} 3,776 > 1,986$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu, Nenik Woyanti (2010). 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.

SIMPULAN

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.

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*. Rinneka Cipta. 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.
- Masrurroh, 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 Bank Rakyat 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*. BPFF, 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): 12-21.