



FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN MOBIL TOYOTA AVANZA DI KOTA SEMARANG

Reza Mardani, Nugroho,SBM1

Jurusan IESP Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +62247648651

ABSTRACT

Demand of Toyota Avanza in Semarang city for year to year always even significant raising .This study aim to examine is influence between price of Toyota Avanza, income by consumer, post traded services, price of another car and expectations about level of price in the future for demand of Toyota Avanza using primer data. Methods to get data was questioner tecnics with cluster sampling methods had given to consumer of Toyota Avanza every Toyota Avanza dealers in Semarang city.

This research use Ordinary Least Square (OLS) estimation methods with three dummy variabel. Before all, was did classic assumptions test that is heterokedasticity test and multikolinieritas test.

A significant positive relationship was observed between income by consumer and demand of Toyota Avanza, these influence had elastic. Other even, Significant negative relationship was observed between price of Toyota Avanza and demand of Toyota Avanza, these influense had elastic. So that, inclusion about Toyota Avanza still a superior goods to consumer of Toyota Avanza in Semarang city.Post traded services, price of other car and expextations aboout level of price in the future not influence for demand of Toyota Avanza.

Keywords : price of Toyota Avanza, income by consumer, post traded services,price of another car, expectations about level of price in the future for demand of Toyota Avanza, OLS

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki perkembangan dalam industri otomotif yang relatif baik. Hal ini selain dikarenakan besarnya jumlah penduduk Indonesia juga dikarenakan pertumbuhan ekonominya yang relatif tinggi jika dibandingkan dengan negara berkembang lainnya, sehingga pasar otomotif domestik terutama sektor industri mobil terus menerus mengalami peningkatan dalam jumlah penjualannya. Disamping itu, besarnya pasar otomotif juga turut mendorong para investor-investor baru untuk melakukan investasi langsung yang berimplikasi pada semakin banyaknya variasi-variasi dan spesialisasi yang dikeluarkan oleh para pabrikan otomotif, terutama produsen mobil. Peningkatan pasar mobil domestik ini dapat dilihat dari tabel tentang pasar domestik.

Pasar Domestik Mobil Di Indonesia

No	Brand	2008 (unit)	Pangsa pasar (%)	2009 (unit)	Pangsa pasar (%)	2010 (unit)	Pangsa pasar (%)
1	Toyota	211,909	35,1	177,198	52,1	149,010	55,3
2	Daihatsu	78,041	12,9	82,394	24,2	71,939	26,7
3	Suzuki	73,067	12,1	18,024	5,3	12,555	4,7
4	Honda	52,500	8,7	39,719	11,7	25,823	9,6
5	Nissan	31,879	5,3	22,560	6,6	10,028	3,7
	TOTAL	603,774		339,895		269,355	

Sumber : Gaikindo, diolah

Salah satu produk Toyota yang mendominasi pasar dan begitu diminati oleh banyak konsumen adalah Toyota Avanza. Toyota Avanza adalah mobil yang diproduksi di Indonesia, merupakan hasil kerjasama antara pabrikan Toyota dan Daihatsu, dimana mesinnya dibuat oleh pabrikan milik Daihatsu dan *body* nya dibuat oleh pabrikan Toyota, sehingga hasil kerjasama antar dua merek tersebut di pasarkan dalam dua merk yaitu Toyota Avanza dan Daihatsu Xenia. Toyota Avanza pertama kali diluncurkan saat Gaikindo Auto Expo pada tahun 2003. Nama "Avanza" berasal dari bahasa Italia *avanzato*, yang berarti "peningkatan". Mobil Toyota Avanza ini dikategorikan ke dalam jenis mobil *multi purpose vehicle* (MPV), merupakan mobil yang banyak dicari oleh konsumen, karena mampu memuat tujuh hingga delapan penumpang (*seven seater*) dan dapat diganti untuk mengangkut barang. Jenis mobil dari kategori kelas ini adalah Toyota Avanza, Kijang Innova, Daihatsu Xenia, Suzuki APV, dan Nissan Grand Livina. Mobil jenis *Multi Purpose Vehicle* (MPV) adalah mobil yang difungsikan untuk mengangkut keluarga dengan dimensi dan ukuran yang lebih besar jika dibandingkan dengan mobil sedan. Dikarenakan mobil jenis MPV ini dapat mengangkut

penumpang cukup banyak, dan mempunyai ukuran dan dimensi menengah, maka mobil jenis ini paling banyak diminati oleh konsumen mobil domestik, terutama merek Toyota Avanza.

Kota Semarang merupakan salah satu kota di Jawa Tengah dengan pendapatan perkapita yang relatif besar dan mempunyai tingkat kemajuan ekonomi yang relatif tinggi jika dibandingkan dengan daerah-daerah sekitarnya. Pendapatan perkapita yang lebih tinggi dari daerah sekitarnya, mencerminkan kondisi kemampuan daya beli masyarakat yang relatif tinggi pula. Pendapatan perkapita merupakan cerminan pendapatan konsumen pertahun yang dilihat secara makro didaerah. Perkembangan pendapatan perkapita kota Semarang dapat dilihat dari tabel pendapatan perkapita kota Semarang dan saerak sekitarnya.

Pendapatan Perkapita Kota Semarang dan Daerah Sekitarnya

Daerah	Tahun			
	2009 (Rupiah)	Perubahan (%)	2010 (Rupiah)	Perubahan (%)
Kota Semarang	25.647.022	7,3	27.543.157	5,7
Kab. Semarang	7.062.879	2,3	7.320.426	3,6
Kab. Kendal	10.916.372	4,8	11.534.737	5,3
Kab. Demak	6.722.245	2,7	7.011.639	4,1

Sumber : Produk Domestik Regional Bruto, 2010, Diolah

Tabel di atas menunjukkan, bahwa pendapatan perkapita kota Semarang merupakan yang tertinggi jika dibandingkan dengan daerah-daerah lainnya seperti Kabupaten Semarang, Kabupaten Kendal dan Kabupaten Demak. Pendapatan perkapita yang tinggi ini sebagai dasar investor otomotif untuk melakukan kegiatan investasinya di kota Semarang, khususnya yang menyangkut perdagangan mobil. Oleh karena itu kota Semarang merupakan pangsa pasar yang lebih potensial untuk penjualan mobil dikarenakan kemampuan daya belinya yang relatif tinggi. Ini terbukti oleh tingginya penjualan mobil, terutama merek Toyota Avanza.

Rumusan Masalah

Permasalahan tersebut dirinci dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

- Bagaimana pengaruh variabel pendapatan konsumen terhadap variabel permintaan mobil Toyota Avanza di Kota Semarang ?
- Bagaimana pengaruh variabel harga mobil Toyota Avanza terhadap variabel permintaan mobil Toyota Avanza di Kota Semarang ?
- Bagaimana pengaruh variabel harga mobil lain terhadap variabel permintaan mobil Toyota Avanza di Kota Semarang ?
- Bagaimana pengaruh variabel layanan purna jual terhadap variabel permintaan mobil Toyota Avanza di Kota Semarang ?

- e. Bagaimana pengaruh variabel ekspektasi harga mobil Toyota Avanza terhadap variabel permintaan mobil Toyota Avanza di Kota Semarang ?

TELAAH PUSTAKA

Landasan Teori

Dalam ilmu ekonomi, istilah permintaan (*Demand*) mempunyai arti tertentu, yaitu selalu menunjuk pada suatu hubungan tertentu antara jumlah suatu barang yang mau dibeli orang dan harga barang tersebut

Hukum permintaan adalah harga dan kuantitas yang diminta, *ceteris paribus*, memiliki hubungan yang terbalik (Miller dan Minner, 2000). Apabila harga mengalami kenaikan, maka kuantitas yang diminta oleh konsumen akan turun, demikian pula sebaliknya faktor-faktor lain yang mempengaruhi permintaan suatu barang sehingga mempengaruhi fluktuasi permintaan barang, faktor-faktor tersebut yaitu

- a. Harga barang itu sendiri
- b. Harga barang lain yang terkait
- c. Tingkat pendapatan perkapita
- d. Selera atau kebiasaan
- e. Perkiraan harga di masa yang akan datang
- f. Distribusi pendapatan
- g. Usaha-usaha produsen meningkatkan penjualan

Sehingga apabila determinan diatas dimasukkan kedalam hubungan matematis melalui fungsi permintaan guna melihat hubungan antara variabel dependen dan variabel independen, dapat dilihat dari persamaan sebagai berikut

$$D_x = f (P_x, P_y, Y / \text{capita}, S_{el}, P_{end}, P_p, Y \text{ distr}, P_{romo})$$

Permintaan akan selalu berkaitan dengan bagaimana posisi seluruh skedul atau kurva permintaan. Skedul permintaan (*Demand Schedule*) merupakan satu cara untuk menunjukkan hubungan antara jumlah yang diminta dengan harga (Lipsey dan Purvis, 1992).

Dalam penelitian ini, pada awalnya Toyota Avanza merupakan barang superior, dimana barang ini masih mempunyai nilai prestis dikarenakan jumlah kepemilikan akan mobil ini masih sangat terbatas. Lalu terjadi kenaikan pendapatan konsumen, selera konsumen yang mengacu pada permintaan mobil varian ini, dan perkiraan harga yang tepat dengan pendapatan konsumen yang mendorong meningkatnya jumlah permintaan sehingga barang ini berkurang nilai prestisnya. Apabila hal ini diiringi oleh kenaikan pendapatan sampai tingkat tertentu. Maka dalam setiap pendapatan



konsumen, Toyota Avanza dapat berubah menjadi barang inferior dikarenakan dorongan kenaikan pendapatan dan dorongan untuk mengkonsumsi mobil yang mempunyai nilai kepuasan lebih tinggi (nilai prestis yang lebih tinggi), baik beralih ke tipe varian Toyota Avanza yang berada di atasnya maupun beralih ke merek mobil lain..

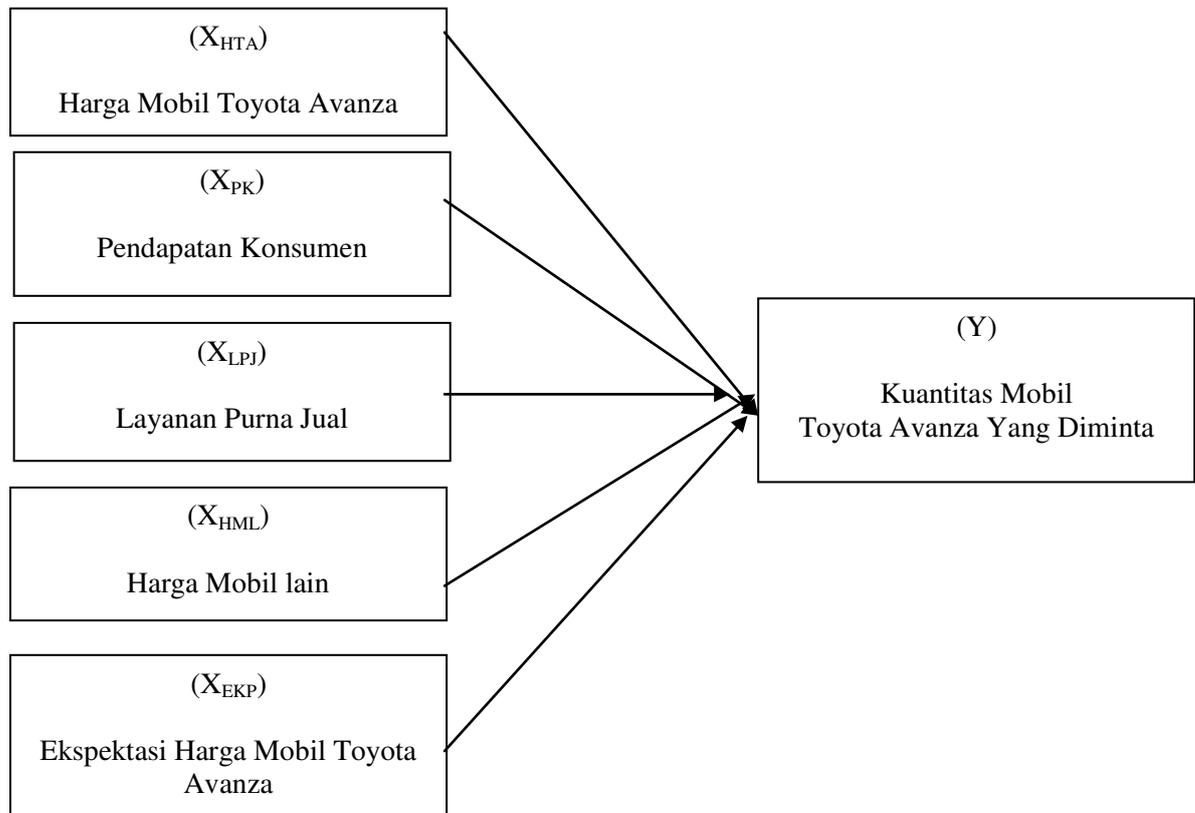
Penelitian Terdahulu

Penelitian lain tentang faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan mobil avanza di Kota Semarang oleh Putriyani dan Oswari (2005) dengan penelitian yang berjudul “analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumsi minyak tanah rumah tangga dengan studi kasus di daerah kecamatan Sukmajaya, Depok “. Memakai alat analisis yaitu statistik korelasi *pearsons* dan regresi berganda. Dari hasil penelitian, permintaan konsumsi minyak tanah rumah tangga secara signifikan dipengaruhi oleh faktor pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga dan selera rumah tangga dalam penggunaan energi.

Penelitian lain tentang faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan mobil avanza di Kota Semarang oleh Nasir (2004) dengan penelitiannya yang berjudul “Analisis permintaan mie instan Indomie komoditas terkait di Kabupaten Sukoharjo “. Alat analisis yang digunakan adalah model permintaan statik. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa permintaan mie instan Indomie di Kabupaten Sukoharjo dipengaruhi oleh variabel harga mie merek lain, harga kecap dan pendapatan penduduk.

Kerangka Pemikiran

Mengacu pada teori-teori ekonomi mikro yang ada, maka garis besar penelitian ini yaitu akan melihat pengaruh antara harga mobil Toyota Avanza, pendapatan konsumen, layanan purna jual, harga mobil lain, dan ekspektasi harga mobil Toyota Avanza terhadap kuantitas permintaan mobil Toyota Avanza melalui proses analisis data. Sebagaimana dapat dilihat dari bagan dibawah ini.



Hipotesis

Penelitian ini akan menguji hipotesis tentang determinan permintaan yang berasal dari teori ekonomi, hipotesis yang akan diuji adalah :

- Diduga harga mobil Toyota Avanza mempunyai pengaruh negatif yang signifikan terhadap jumlah mobil Toyota Avanza yang diminta di Kota Semarang
- Diduga pendapatan konsumen mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap jumlah mobil Toyota Avanza yang diminta di Kota Semarang
- Diduga layanan purna jual mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah permintaan mobil Toyota Avanza di Kota Semarang
- Diduga harga mobil lain mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah permintaan mobil Toyota Avanza di Kota Semarang

- e. Diduga ekspektasi harga mobil Toyota Avanza dimasa yang akan datang mempunyai pengaruh positif terhadap jumlah permintaan mobil Toyota Avanza di Kota Semarang.

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional

Variabel dependen (Y) dari penelitian ini adalah Jumlah permintaan mobil Toyota Avanza di Semarang, Sedangkan variabel independen (X) adalah variabel harga mobil Toyota Avanza (X_1), variabel pendapatan perkapita dari konsumen (X_2) variabel layanan purna jual (X_3), variabel harga mobil lain (X_4) dan variabel ekspektasi harga mobil Toyota Avanza di masa yang akan datang.

- a. Jumlah permintaan mobil Toyota Avanza (Y_{TA})

Adalah Jumlah mobil Toyota Avanza baru yang diminta oleh konsumen di Kota Semarang pada berbagai tingkat harga (satuan unit).

- b. Harga mobil Toyota Avanza (X_{HTA})

Adalah Nilai suatu barang yang ditentukan atau dirupakan dengan uang atas manfaat yang diperoleh dari sebuah mobil merek Toyota Avanza bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu (satuan Rupiah). Data mengenai harga mobil diperoleh dari kuesioner yang diberikan ke responden dengan menggunakan metode rata-rata tertimbang, yaitu :

$$\frac{(\text{Harga barang a} \times \text{Unit barang a}) + \dots \dots \dots (\text{Harga barang i} \times \text{Unit barang i})}{\text{jumlah unit barang}}$$

(3.1)

- c. Pendapatan konsumen (X_{PK})

Adalah jumlah upah yang dihasilkan oleh konsumen yang berasal dari aktifitas ekonominya selama jangka waktu tertentu yang diukur dengan satuan rupiah per bulan. Penelitian ini menggunakan pendapatan pertahun untuk melihat kemampuan daya beli konsumen yang relevan. Data pendapatan responden pertahun diperoleh dari kuesioner.

- d. Layanan purna jual (X_{LPJ})

Adalah jasa yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumennya setelah transaksi penjualan dilakukan sebagai jaminan mutu untuk produk yang ditawarkannya, dalam hal ini antara pihak Toyota Astra Motor (TAM) dengan pihak konsumen yang menggunakan mobil Toyota Avanza di kota Semarang. Data diperoleh dari informasi yang diketahui oleh konsumen tentang produk (kuesioner). Variabel ini menggunakan variabel dummy, dimana :

$X = 0$, apabila responden tidak tahu jenis-jenis fasilitas layanan purna jual yang diberikan oleh pihak Toyota atau tidak menggunakan layanan purna jual yang diberikan oleh pihak dealer.

$X = 1$, apabila responden mengetahui atau menggunakan layanan purma jual yang diberikan oleh pihak Toyota.

e. Harga mobil Lain (X_{HML})

Adalah nilai suatu barang yang ditentukan atau dirupakan dengan uang atas manfaat yang diperoleh dari sebuah mobil merek lain bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu (satuan Rupiah). Data diperoleh dari kuesioner tentang harga mobil merek lain dengan jenis yang sama yang diketahui oleh konsumen. Variabel ini menggunakan variabel dummy, dimana :

$X = 0$, apabila responden tidak tahu harga mobil MPV dari merek lain atau tahu bahwa harga mobil jenis MPV dari merek lain relative lebih murah dari Toyota Avanza.

$X = 1$, apabila responden tahu bahwa harga mobil MPV dari merek lain relative lebih mahal daripada harga Toyota Avanza.

f. Ekpektasi akan harga mobil Toyota Avanza di masa yang akan datang (X_{Eks})

Adalah adanya kesesuaian perkiraan harga Toyota Avanza dan pendapatan responden pada saat pembelian berdasarkan perkiraan harga dan pendapatan responden yang dilakukan pada waktu sebelumnya. Variabel ini menggunakan variabel dummy, dimana :

$X = 0$, apabila harga Toyota Avanza pada saat pembelian tidak sesuai dan tidak mampu dijangkau oleh pendapatan yang diterima oleh responden.

$X = 1$, apabila harga Toyota Avanza pada saat pembelian sesuai dan mampu dijangkau dengan pendapatan yang diterima responden pada waktu sebelum melakukan pembelian Toyota Avanza.

Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen mobil merek Toyota Avanza yang berada di kota Semarang pada tahun 2005 hingga 2009. Populasi penelitian berjumlah 6461. Dengan jumlah populasi yang cukup besar, maka digunakan teknik sampling, hal ini dikarenakan apabila meneliti semua individu dalam populasi, akan memakan biaya yang sangat besar dan juga membutuhkan waktu yang lama. Dengan meneliti sebagian dari populasi, diharapkan bahwa hasil yang diperoleh akan dapat menggambarkan sifat populasi yang bersangkutan.

Jumlah populasi dari penelitian ini sebesar 6.461 unit, merupakan total pembelian Toyota Avanza yang dilakukan oleh konsumen mulai dari tahun 2005 di kota Semarang hingga pertengahan tahun 2009. Apabila menggunakan rumus slovin, maka besaran sampel adalah :

$$n = \frac{6461}{1 + 6461 \cdot 0,15^2}$$

$$n = \frac{6461}{146,37}$$

$$= 44 \text{ sampel}$$

Metode Pengumpulan Data

Pengambilan data primer menggunakan teknik sampling dengan menggunakan metode *Cluster sampling*. *Cluster sampling* adalah cara pengambilan sampel berdasarkan gugus, ini dilakukan apabila peneliti tidak mempunyai kerangka sampling.

Dalam sampel gugus, setiap gugus boleh mengandung unsur yang karakteristiknya berbeda-beda atau heterogen. Dari total pembelian populasi sebesar 6.461, diambil 50 sampel, dimana jumlah kluster merupakan jumlah dealer resmi Toyota di kota Semarang. Jumlah dealer resmi di kota Semarang berjumlah 4. Sehingga besaran sampel per dealer adalah :

$$\% \text{ total penjualan dealer} = \frac{\text{total pembelian per dealer}}{\text{total pembelian di Kota Semarang}} \times 100\%$$

Sehingga besaran sampel pada dealer Pemuda adalah :

$$\frac{2026 \text{ unit}}{6461 \text{ unit}} \times 50 \text{ sampel} = 16 \text{ sampel}$$

Besaran sampel pada dealer Kaligawe adalah :

$$\frac{1792 \text{ unit}}{6461 \text{ unit}} \times 50 \text{ sampel} = 14 \text{ sampel}$$

Besaran sampel pada dealer Majapahit adalah :

$$\frac{1410 \text{ unit}}{6461 \text{ unit}} \times 50 \text{ sampel} = 11 \text{ sampel}$$

Besaran sampel pada dealer Gombel adalah :

$$\frac{1233 \text{ unit}}{6461 \text{ unit}} \times 50 \text{ sampel} = 9 \text{ sampel}$$

Metode Analisis

Dalam penelitian ini, variabel bersifat kualitatif, oleh karena itu variabel ini kemudian akan di kuantitatifkan dengan teknik variabel dummy dengan model linier log (semi log) dalam parameter dan variabel, karena terdapat hubungan non linier antara variabel X dan Y. Apabila estimator bersifat tidak linier, maka teorema Gauss-Markov tidak berlaku lagi. Penelitian ini menggunakan campuran antara model fungsi regresi semi log karena terdapat tiga variabel dummy (X) yang bersifat tidak linier. Variabel yang menggunakan model fungsi regresi log adalah pendapatan konsumen (X_{PK}) dan harga mobil Toyota Avanza (X_{HTA}), jumlah permintaan Toyota Avanza (Y). Sedangkan variabel layanan purna jual (X_{LPJ}), harga mobil lain (X_{HML}), eskpektasi harga dimasa yang akan datang (X_{EKS}) tidak dilakukan transformasi karena variable dummy.

Karena model permintaan meruakan model non linier. Maka agar model non linier berubah menjadi model linier, terlebih dulu mentransformasikan model eksponensial sebagai berikut :

$$Y = \beta X_1^{\beta_1} X_2^{\beta_2} X_3^{\beta_3} X_4^{\beta_4} X_5^{\beta_5} e^{\nu_t} \quad (3.2)$$

Menjadi :

$$\ln Y = \ln \beta + \beta_1 \ln X_1 + \beta_2 \ln X_2 + \beta_3 D_3 + \beta_4 D_4 + \beta_5 D_5 + \nu_t \quad (3.3)$$

Dimana \ln = logaritma natural. Persamaan (3.2) diatas dapat juga dibentuk menjadi :

$$\ln Y = \beta_0 + \beta_1 \ln X_{HTA} + \beta_2 \ln X_{PK} + \beta_3 D_{LPJ} + \beta_4 D_{HML} + \beta_5 D_{EKS} + e_i \quad (3.4)$$

dimana :

Y = Kuantitas permintaan mobil merek Toyota Avanza

B_0 = Intercept

X_{HTA} = Harga mobil merek Toyota Avanza

X_{PK} = Pendapatan konsumen

D_{LPJ} = Layanan purna jual (Dummy)

D_{HML} = Harga mobil merek lain (Dummy)

D_{EKS} = Ekspektasi harga Toyota Avanza (Dummy)

Model persamaan (3.4) telah menjadi model linier baik dalam parameter (β) maupun linear dalam logaritma variabel (Y dan X) sehingga dapat digunakan teknik OLS untuk mengestimasi persamaan tersebut. Salah satu karakteristik penting dari model transformasi regresi eksponensial menjadi model double log adalah bahwa slope koefisien β_1 dan β_2 mencerminkan elastisitas. Elastisitas adalah prosentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh persentase perubahan variabel independen (X). Sedangkan untuk model fungsi regresi log linier, elastisitas dapat dilihat dari $\beta_3 X_{LPJ}$, $\beta_4 X_{HML}$, $\beta_5 X_{EKS}$.

HASIL DAN ANALISIS

Kondisi Permintaan Toyota Avanza

Kota Semarang merupakan salah satu kota dengan perekonomian teraju dikawasan Jawa Tengah yang dapat dilihat melalui relatif majunya infrastruktur dan tingginya volume PDRB dibandingkan dengan daerah-daerah lain. Relatif tingginya perekonomian ini mempengaruhi tingginya kemampuan daya beli masyarakat terhadap barang dan jasa, khususnya yang menyangkut permintaan terhadap setiap unit mobil Toyota Avanza. Perkembangan permintaan Toyota Avanza dapat dilihat dari Tabel 4.1

Tabel 4.1
Penjualan Toyota Avanza Di Kota Semarang

Tahun	Total Penjualan (unit)	Persentase (%) kenaikan
2007	1.137	-
2008	1.939	70,5%
2009	1.545	-20,3%
2010	2.297	48,6%
2011*	1.089	-52,5%
Total	8.007	

*sampai bulan mei 2011

Sumber : Nasmoco Kota Semarang 2007-2011, diolah

Tabel 4.1 tentang permintaan Toyota Avanza menunjukkan bahwa, jumlah permintaan terhadap Toyota Avanza dari tahun ke tahun mengalami tren kenaikan permintaan. Kenaikan tertinggi permintaan Toyota Avanza terjadi pada tahun 2008 sebesar 70,54 % dengan permintaan sebesar 1.939 unit. Sedangkan total permintaan sejak dikeluarkannya Toyota Avanza di Kota Semarang pada tahun 2005 yang berasal dari 4 dealer resmi Toyota Avanza berjumlah 10.559 unit. Empat dealer itu adalah dealer pemuda, dealer majapahit, dealer gombel dan dealer kaligawe.

Pengaruh variabel harga Toyota Avanza (X1) terhadap variabel jumlah permintaan Toyota Avanza (Y_{TA})

Berdasarkan penelitian bahwa harga Toyota Avanza mempunyai pengaruh negatif terhadap jumlah permintaan Toyota Avanza. Apabila harga Toyota Avanza mengalami kenaikan sebesar 1 % akan menurunkan permintaan Toyota Avanza sebesar 1,633 %. Demikian pula apabila harga Toyota Avanza mengalami penurunan sebesar 1 % akan meningkatkan permintaan Toyota Avanza sebesar 1,633 % pada tingkat pendapatan nominal yang sama. ini berarti, pengaruh harga Toyota Avanza terhadap jumlah permintaan Toyota Avanza telah sesuai dengan hukum permintaan.

Pengaruh Pendapatan Konsumen Terhadap Jumlah Permintaan Toyota Avanza

Berdasarkan penelitian bahwa pendapatan konsumen mempunyai pengaruh positif terhadap jumlah permintaan Toyota Avanza. Apabila pendapatan konsumen di Kota Semarang mengalami kenaikan sebesar 1 % akan meningkatkan permintaan Toyota Avanza sebesar 0,722%. Demikian pula apabila pendapatan konsumen mengalami penurunan sebesar 1 % akan menurunkan permintaan Toyota Avanza sebesar 0,722%.

Pengaruh Pelayanan Purna Jual Terhadap Jumlah Permintaan Toyota Avanza

Berdasarkan penelitian bahwa pelayanan purna jual konsumen tidak mempunyai pengaruh terhadap jumlah permintaan Toyota Avanza. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 0,674 yang lebih kecil dari 1,681. Hal ini berarti bahwa keberadaan layanan purna jual tidak mempengaruhi permintaan Toyota Avanza.

Pengaruh Harga Mobil Lain Terhadap Jumlah Permintaan Toyota Avanza

Berdasarkan penelitian bahwa harga mobil lain mempunyai pengaruh terhadap jumlah permintaan Toyota Avanza dengan arah pengaruh positif. Hal ini berarti bahwa harga mobil lain sejenis yang lebih mahal akan meningkatkan permintaan Toyota Avanza.

Pengaruh Ekspektasi Harga Terhadap Jumlah Permintaan Toyota Avanza

Berdasarkan penelitian bahwa ekspektasi konsumen terhadap harga Avanza mempunyai pengaruh terhadap jumlah permintaan Toyota Avanza dengan arah pengaruh positif. Hal ini berarti bahwa ekspektasi konsumen bahwa dengan harga Toyota Avanza sudah sesuai dengan harapan dan kondisi yang ada dari Toyota Avanza tersebut, maka permintaan konsumen akan semakin tinggi.

PENUTUP

- a. Permintaan Toyota Avanza merupakan permintaan yang elastis dan sensitif terhadap harga, sehingga produsen Toyota harus mempertimbangkan perubahan tingkat harga Toyota Avanza untuk menjaga agar permintaan setiap unit Toyota Avanza tetap tinggi. Pertimbangan inflasi juga harus menjadi pertimbangan dalam menentukan harga produk.
- b. Pendapatan konsumen berpengaruh positif terhadap permintaan Toyota Avanza, maka dengan adanya penurunan pendapatan riil konsumen akibat efek dari krisis ekonomi, apabila dibandingkan dengan data pendapatan tahun lalu permintaan Toyota Avanza di kota Semarang mengalami penurunan. Karena faktor pendapatan konsumen tidak dapat dipengaruhi oleh produsen Toyota, maka untuk strategi meningkatkan permintaan Toyota Avanza, produsen dapat meningkatkan kualitas faktor lainnya.
- c. Untuk penelitian berikutnya, perlu dilakukan kajian secara komprehensif dalam menghitung variabel dummy yang mempengaruhi variabel dependen, agar model permintaan Toyota Avanza dapat dijelaskan dengan lebih baik. Hal ini dikarenakan pada penelitian ini, mengalami keterbatasan pada analisis data yang menyangkut layanan purna jual, harga mobil lain dan ekspektasi tingkat harga Toyota Avanza pada masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Widarjono, 2007, *Ekonometrika : Teori Dan Aplikasi*, Yogyakarta : Ekonisia
- Cochran, William G, 1991, *Teknik Penarikan Sampel*, Jakarta : UI – Press.
- Collel, Andreu Mas dan Michael D Winston, 1995, *Microeconomic Theory*, New-York : Oxford University Pers
- Dema Pratyaksa 2007, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Industri Kecil Tepung Tapioka Di Kabupaten Pati “ Skripsi Tidak Dipublikasikan, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro
- Gilarso, 2001, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*, Yogyakarta: Kanisius
- Gujarati, Damodar N, 1997, *Ekonometrika Dasar*, Penerbit Erlangga, Jakarta. Terjemahan : Sumarno Zain
- Imam Ghozali, 2002, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Imam Ghozali, 2005, *Statistik Non-Parametrik-Teori dan Aplikasi dengan Program SPSS Semarang*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kamus Umum Bahasa Indonesia, 2006, edisi 13, Jakarta: Balai Pustaka
- Lipsey, Richard dan Douglas Purvis, 1992, *Pengantar Mikroekonomi*, Jakarta: Binarupa Aksara



- Masyuri Machfudz, 2007, *Dasar-Dasar Ekonomi Mikro*, Prestasi Pustaka Raya, Jakarta
- Mandala Manurung dan Prathama Rahardja, 2002, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, Jakarta : LPFE-UI
- Mardalis, 1989, *Metode Penelitian*, Jakarta : Bumi Aksara
- Miller, Roger LeRoy dan Roger E Meiners, 2000, *Teori Mikroekonomi Intermediate*, Jakarta : Rajawali Pers
- Moechamad Nasir, 2004, “Analisis Permintaan Mie Instan Indomie Komoditas Terkait Di Kota Kecamatan Kabupaten Sukoharjo.” *Benefit*, Semarang
- Nicholson, Walter, 1999, *Teori Ekonomi Mikro*, Jakarta: Raja Grafindo
- Sarwoko, 2005, *Dasar Dasar Ekonometrika*, Yogyakarta : Andi
- Soeharno, 2007, *Teori Mikroekonomi*, Yogyakarta: Andi
- Suryawati, 2006, *Teori Ekonomi Mikro*, UPP AMP YKPN, Yogyakarta
- Teddy Oswari dan Dessy Putriyani, 2005, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Konsumsi Minyak Tanah Rumah Tangga.” *Seminar PESAT*, Jakarta