

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

##### **2.1.1 Teori Permintaan**

Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga tertentu.

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

Dimana :  $D_x$  = Jumlah barang yang diminta

$P_x$  = Harga Barang X

$Y$  = Pendapatan Konsumen

$P_y$  = Harga Barang Lain

$T$  = Selera

$U$  = Faktor-faktor Lainnya

Persamaan tersebut berarti jumlah barang X yang diminta dipengaruhi oleh harga barang X, pendapatan konsumen, harga barang lain, selera dan faktor-faktor lainnya. Dimana  $D_x$  adalah jumlah barang X yang diminta konsumen,  $Y$  adalah pendapatan konsumen,  $P_y$  adalah harga barang X,  $T$  adalah selera konsumen dan  $U$  adalah faktor-faktor lainnya. Dalam kenyataan permintaan akan suatu barang tidak hanya dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri namun juga oleh faktor-faktor lain. Menurut R.L Miller dan R.E Meiners (2000) permintaan merupakan fungsi dari:

1. Harga Barang Sendiri

Apabila harga sendiri mengalami kenaikan maka permintaan akan barang tersebut turun.

2. Pendapatan

Kenaikan pendapatan biasanya akan mengakibatkan kenaikan permintaan.

### 3. Selera dan preferensi

Keterbatasan teori yang mengkaji tentang perubahan selera mempersulit dalam mengukur selera dan preferensi konsumen, sehingga diasumsikan konstan.

### 4. Harga barang substitusi

Menunjukkan kepada barang apapun yang perubahan harga akan mempengaruhi permintaan.

### 5. Perubahan dugaan tentang harga di masa depan (ekspetasi harga)

Perkiraan akan terjadi penurunan harga dimasa depan akan mengakibatkan permintaan barang tersebut.

### 6. Penduduk

Kenaikan jumlah penduduk dalam suatu perekonomian (asumsi pendapatan konstan) akan meningkatkan permintaan.

Teori permintaan yang paling sederhana dalam hukum permintaan menyatakan bahwa pada keadaan *Ceteris Paribus*, jika harga suatu barang naik, maka jumlah barang yang diminta akan turun dan sebaliknya jika harga suatu barang turun maka jumlah barang yang diminta akan naik. (Nicholson, 1999).

## 2.1.2. Hukum Permintaan

Secara sederhana hukum permintaan dapat dirumuskan sebagai berikut: kuantitas (jumlah) yang akan dibeli per unit waktu menjadi semakin besar apabila harga, *ceteris paribus* (keadaan lain tetap sama), semakin rendah (Bilas, 1995).

Hukum permintaan merupakan suatu hipotesa yang menjelaskan hubungan antara harga barang dengan jumlah barang yang dibeli konsumen. Jumlah barang yang dibeli konsumen berbanding terbalik dengan harga. Makin tinggi harga suatu barang makin sedikit permintaan akan barang tersebut, sebaliknya makin rendah harga suatu barang makin banyak permintaan akan barang tersebut, dimana faktor-faktor lain dianggap tetap seperti pendapatan masyarakat, jumlah penduduk, selera masyarakat, tidak adanya barang substitusi dan ramalan

(estimasi) harga dimasa yang akan datang. Penyebab utama berlakunya hukum permintaan ini karena terbatasnya pendapatan konsumen. Hubungan terbalik antara harga dan jumlah permintaan dapat dijelaskan sebagai berikut:

Pertama, kenaikan harga menyebabkan para pembeli mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti terhadap barang yang mengalami kenaikan harga. Sebaliknya, apabila harga turun maka orang mengurangi pembelian terhadap barang lain yang sama jenisnya dan menambah pembelian terhadap barang yang mengalami penurunan harga.

Kedua, kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil para pembeli berkurang. Pendapatan yang merosot tersebut memaksa para pembeli untuk mengurangi pembeliannya terhadap berbagai jenis barang, dan terutama barang yang mengalami kenaikan harga. Permintaan akan suatu barang di pasar akan terjadi apabila konsumen mempunyai keinginan (*willing*) dan kemampuan (*ability*) untuk membeli, pada tahap konsumen hanya memiliki keinginan atau kemampuan saja maka permintaan barang belum terjadi, kedua syarat *willing* dan *ability* harus ada untuk terjadinya permintaan (Sukirno, 2005).

Namun demikian terdapat beberapa perkecualian sehingga hukum permintan ini tidak berlaku, yaitu:

1. Kasus barang giffen

Barang giffen adalah barang inferior, tetapi tidak semua barang inferior adalah barang giffen. Dalam kasus ini ditemukan bahwa semakin tinggi tingkat harga menyebabkan permintaan terhadap barang ini menunjukkan harga yang semakin meningkat. Oleh karena itu barang giffen dikatakan sebagai barang yang mempunyai slope kurva permintaan positif.

2. Kasus Pengaruh Harapan Dinamis

Dalam hal ini, perubahan jumlah yang diminta dipengaruhi oleh perubahan harga yang terkait dengan harapan konsumen. Artinya,

kenaikan harga suatu barang hari ini akan diikuti kenaikan permintaan terhadap barang tersebut, karena terselip adanya harapan bahwa barang tersebut akan terus mengalami kenaikan, contoh: valas.

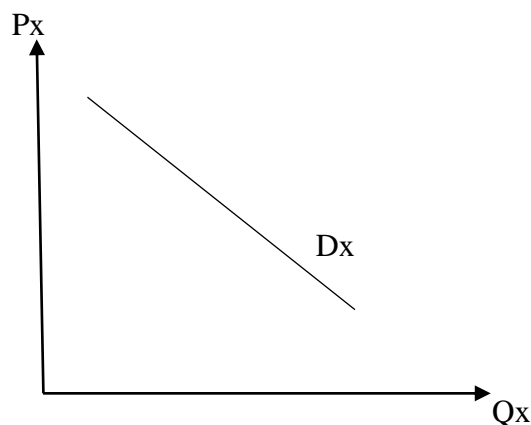
### 3. Kasus Barang Prestise

Pada kasus ini memasukkan kepuasan konsumen dalam pembelian suatu barang. Semakin tinggi harga suatu barang semakin tinggi kepuasan konsumen sehingga meningkatkan unsur prestise, akibatnya semakin tinggi pula kesediaan konsumen untuk membayar harga barang tersebut, contoh: permata.

#### 2.1.3 Kurva Permintaan

Jika dimisalkan permintaan seseorang hanya dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri, maka setiap perubahan harga barang tersebut akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk menentukan berapa jumlah yang akan dimintanya. Pada umumnya jika suatu harga barang naik maka jumlah barang yang diminta akan turun, begitu pula sebaliknya.

Kurva permintaan adalah kurva yang menghubungkan antara tingkat harga suatu barang dengan jumlah yang diminta atas barang tersebut, *ceteris paribus*. Hubungan antar harga suatu komoditi dengan jumlah yang diminta dapat dilihat dalam grafik permintaan di bawah ini (Suryawati, 2005).



**Gambar 2.1 Kurva Permintaan Individu**

Keterangan :

$P_x$  = Harga barang yang diminta

$Q_x$  = Jumlah barang yang diminta

Seperti disebutkan di atas, kita harus dapat membedakan jumlah yang diminta dan permintaan. Perubahan harga akan mempengaruhi jumlah yang diminta, bukan permintaan. Sedangkan perubahan permintaan akan menyebabkan kurva permintaan bergeser ke kanan dan ke kiri (Gambar 2.1). Pergeseran kurva permintaan berarti jumlah yang diminta akan berubah di setiap tingkat harga.

Kurva permintaan mempunyai *slope* yang menurun ke kanan (berslope negatif) yang berarti jika harga suatu barang naik (asumsi yang lain tetap- *ceteris paribus*) maka konsumen akan cenderung untuk menurunkan permintaannya atas barang tersebut, begitu pula sebaliknya dan hal ini disebut Hukum Permintaan. (Suryawati, 2005).

#### 2.1.4 Permintaan Pasar

Permintaan pasar merupakan jumlah total suatu barang yang ingin dibeli oleh setiap konsumen pada setiap tingkat harga, atau dengan kata lain merupakan penjumlahan permintaan individual. Permintaan individual adalah jumlah suatu barang yang dibeli oleh konsumen pada setiap tingkat harga. (Suryawati 2005).

$$\begin{aligned} \text{Permintaan Pasar} &= f(P_x, I_i) \\ &= f(P_x, I_a) + F_b(P_x, I_b) \\ &= a f_i(P_x, I_i) \end{aligned}$$

Dimana  $P_x$  adalah harga barang  $x$ ,  $I_a$  adalah pendapatan konsumen A,  $I_b$  adalah konsumsi B.

#### 2.1.5 Pangkas Rambut (*Barbershop*)

*Barber* diambil dari kata Latin yaitu *barba* yang berarti janggut. Kebanyakan pria yang memiliki pekerjaan menggunting berbagai jenis rambut

dan merapikan serta memangkas jenggot dan kumis para lelaki. Tempat dimana mereka bekerja itulah yang biasanya disebut *barbershop*.

Dulu masyarakat kita mengenal tempat cukur rambut dibawah pohon atau salon sebagai tempat memotong dan merapikan rambut pria, kini barbershop alias tempat cukur kaum pria menjadi pilihan utama pria modern untuk mengurus rambutnya. Bila sebelumnya para tukang cukur hanya bermodalkan cermin, gunting dan sisir, kini di *barbershop* pelanggan bisa mendapatkan layanan dan fasilitas yang nyaman dan gaya rambut yang kekinian. (Ade Farolan, Ketua Indonesia *Barbershop Association* 2017).

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian terdahulu ini menjadikan salah satu acuan penulisan dalam melakukan penelitian sehingga penulisan dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa penelitian terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis. Penelitian kualitas pelayanan dilakukan oleh Ratih Hardiyati (2010) tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap 7 kepuasan pelanggan. Namun penelitian yang dilakukan Yesenia (2014) tentang “Pengaruh Kualitas pelayanan dan Produk terhadap Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan Kentucky Fried Chicken di Tangerang Selatan” menunjukkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya dapat dilihat dalam sajian tabel 2.1 berikut.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penelitian & Judul	Varibel penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Ismi Mahardini (2012), dengan	Variabel dependen:	Analisis regresi	Dari hasil penelitian ini didapatkan bahwa

judul penelitian “Analisis Pengaruh Pendapatan, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Permintaan Rumah Sederhana”.	Permintaan Rumah Sederhana (Y) Variabel independen : Harga, Pendapatan, Lokasi dan fasilitas.	linier berganda dengan program SPSS Versi 16.00	faktor fasilitas sangat berpengaruh dalam permintaan rumah di Perumahan Puri Dinar Mas. Dilihat dalam besarnya koefisien yang mempengaruhi permintaan rumah yaitu variable fasilitas sebesar 0,249; lokasi sebesar 0,231; pendapatan 0,195; dan harga sebesar 0,149.
---	--	---	--

No	Penelitian & Judul	Varibel penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
2	Arief Budairto (2013), dengan judul penelitian “Analisis Faktor- faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Sepeda Motor Di Kota Semarang”	Variabel dependen : Permintaan Sepeda Motor Variabel Independen : Pendapatan, Tarif angkutan umum, Jumlah Anggota	Analisi Regresi	Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan sepeda motor, tariff angkutan umum berpengaruh positif dan signifikan, jumlah anggota keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan sepeda motor, harga berpengaruh negative





No	Penelitian & Judul	Varibel penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
4	Intan Sari Zaitun Rahma (2010) dengan penelitian yang berjudul “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Perumahan Tipe Cluster (Studi Kasus Perumahan Taman sari)”.	Variabel dependen : Permintaan Perumahan Tipe Cluster Variabel independen : Harga, Fasilitas, Lokasi, Lingkungan, Pendapatan dan Harga Substitusi.	Regresi linier berganda	Dari hasil penelitian ini didapat bahwa faktor fasilitas sangat berpengaruh dalam pembelian rumah. Dilihar dari koefisien yang mempengaruhi permintaan pembelian fasilitas sebesar 0,486; pendapatan 0,443; lokasi sebesar 0,340; lingkungan sebesar 0,296; harga substitusi sebesar 0,283 dan harga sebesar 0,268.
5	Suci Rahmawati (2009) dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) Terhadap Tingkat Permintaan Efektif Di Konsumen Wisata Kuliner Langen Bogan	Variabel dependen : Tingkat Permintaan Efektif Konsumen Variabel independen : Produk, Harga, Saluran	Deskriptif kuantitatif, analisis linier berganda	Bedasarkan hasil penelitian yang diteliti berpengaruh secara signifikan terhadap pemintaan efektif. Dari keempat variable yang di teliti, faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap permintaan efektif adalah variable harga

	Surakarta”	Distribusi, Promosi.		dengan koefisien regresi 0,234.
6	Shuling Chen Lillemo dan Bente Halvosen (2013) dengan penelitian yang berjudul “ <i>the Impact Of Lifestyle And Attitudes On Residential Firewood Demand In Norwegia</i> ”	Variabel dependen : Binomial Permintaan Model Penduduk Norwegia terhadap Kayu Bakar Variabel independen : Gaya Hidup		Hasil penelitian menunjukkan bahwa, gaya hidup dan orientasi kenyamanan berpengaruh negatif terhadap permintaan kayu bakar. Namun, variabel harga secara signifikan berpengaruh negatif terhadap permintaan.
No	Penelitian & Judul	Varibel penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
7	Assoc.Prof.Gürkan Çalmaşur (2018) dengan penelitian yang berjudul “ <i>Factors Affecting the Demand for Tea: A Study on the City of Erzurum</i> ”	Variabel dependen : Permintaan Teh Variabel independen : Kemasan yang inovatif, Promosi, Iklan, Variasi produkpeningkatan kualitas, Strategi Harga dan Ketahanan Produk.	Chi- square	variable seperti kemasan yang inovatif, promosi, iklan dan variasi produk tidak berpengaruh terhadap permintaan teh. Namun peningkatan kualitas, strategi harga dan ketahanan produk lebih memiliki

---

pengaruh.

---

8	<p>Cibro dan Variabel Y : Analisis Penelitian Hudrasyah (2017) kepuasan pelanggan di Siete berganda Cafe yang berjudul <i>“factors that influence customer’s intentions to revisit cafe: case study of siete café in Bandung”</i></p>	<p>Variabel X : Kualitas makanan, Tempat, Harga, Promosi, kualitas layanan dan bukti fisik.</p>	<p>linier berganda dimana faktor kualitas makanan, lokasi, harga dan promosi tidak memiliki pengaruh yang signifikan, dimana faktor kualitas pelayanan dan bentuk fisik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.</p>
---	---	---	---

---

No	Penelitian & Judul	Varibel penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
----	--------------------	--------------------	-----------------	------------------

---

9	Adi (2012)	Variabel kepuasan pelanggan mengenai pengaruh kualitas dan layanan kepuasan pelanggan waroeng sambal Lampersari Semarang.	Y: Analisis linier berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial variabel harga, kualitas produk, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
10	Ardhana (2010)	Variabel kepuasan pelanggan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, dan lokasi kepuasan pelanggan bengkel caesar Semarang.	Y: Analisis linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel caesar Semarang.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka ini adalah konsep untuk mengungkapkan dan menentukan persepsi dan keterkaitan antara variabel yang akan diteliti dengan kajian teori diatas.

Mengacu pada teori yang ada, maka garis besar penelitian ini yaitu melihat pengaruh antara harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap permintaan pangkas rambut di Deon Barbershop Singapura melalui proses analisis data. Sebagaimana dapat dilihat dari kerangka teori.

### **2.3.1 Hubungan Harga Terhadap Permintaan Pangkas Rambut Deon Barbershop Singapura**

Harga adalah nilai uang yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada penjual atas barang atau jasa yang dibelinya. Dengan kata lain, harga adalah nilai suatu barang ditentukan oleh penjual. Ada juga yang mengatakan definisi harga adalah sejumlah uang yang dibebankan kepada konsumen untuk mendapatkan manfaat dari suatu produk (barang/jasa) yang dibeli dari penjual atau produsen.

Penggunaan istilah harga umumnya dipakai dalam kegiatan jual-beli suatu produk, baik itu barang maupun jasa. Harga jual ditentukan oleh penjual dan mengambil keuntungan dari harga tersebut, sedangkan konsumen mendapatkan kebutuhannya dengan membayar produk tersebut dengan harga yang ditentukan.

Sukirno (2003) 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.

### **2.3.2 Hubungan Lokasi Terhadap Permintaan Pangkas Rambut Deon Barbershop Singapura**

Definisi dari lokasi adalah letak, tempat atau penempatan suatu benda, keadaan pada permukaan bumi. Lokasi adalah tempat dimana orang-orang biasa berkunjung. Lokasi dalam hubungannya dengan pemasaran adalah tempat yang khusus dan unik dimanalah tersebut dapat digunakan untuk berbelanja. Maka dapat disimpulkan bahwa lokasi yang dimaksud adalah suatu letak atau tempat

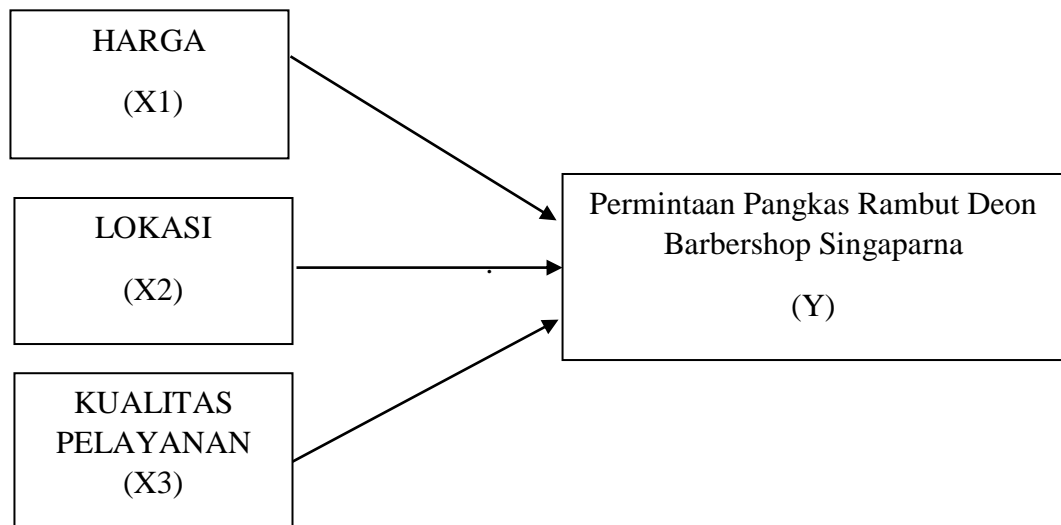
yang tetap dimana orang bisa berkunjung untuk berbelanja, tempat itu berupa daerah pertokoan atau suatu *stand* atau *counter bark* di dalam maupun di luar gedung. Lokasi yang strategis mempengaruhi seseorang dalam menimbulkan keinginan untuk melakukan pembelian karena lokasinya yang strategis, terletak di arus bisnis, dan sebagainya. (Render dan Heizer 2001).

Lokasi merupakan variabel yang dapat mempengaruhi peningkatan permintaan konsumen Pangkas Rambut Deon Barbershop Singapura. Lokasi sangat menentukan konsumen dalam melakukan pembelian akan suatu barang atau jasa. Semakin strategis lokasinya akan menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian, dalam hal ini, strategis dapat diartikan sebagai kedekatan lokasi terhadap pusat kota, pusat pelayanan umum, pusat hiburan serta mudah untuk dijangkau oleh konsumen.

### **2.3.3 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Permintaan Pangkas Rambut Deon Barbershop Singapura**

Menurut Farida Jaspar (2011:19) mengemukakan dalam suatu sistem jasa, penyedia jasa dan konsumen merupakan partisipan aktif dalam terbentuknya proses pelayanan. Kemudian Fandy Tjiptono (2012:125) menyatakan dengan memperhatikan kualitas pelayanan kepada konsumen, akan meningkatkan indeks kepuasan kualitas konsumen yang diukur dalam ukuran apapun dengan dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan variabel yang berpengaruh terhadap permintaan Pangkas Rambut Deon Barbershop Singapura. Dengan fisik suatu tempat yang nyaman memperlakukan konsumen secara tulus, menerima keinginan konsumen, melakukan pelayanan jasa dengan profesional dan memberikan jaminan terhadap konsumen itu semua merupakan faktor untuk mencapai kepuasan terhadap konsumen.



**Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran**

#### **2.4 Hipotesis**

Berdasarkan kerangka pemikiran yang sudah dijelaskan, maka hipotesis penelitian ini sebagai berikut :

1. Diduga Lokasi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif secara parsial terhadap Permintaan Pangkas Rambut Deon Barbershop Singapura, sedangkan Harga berpengaruh negatif terhadap Permintaan Pangkas Rambut DEON Barbershop Singapura.
2. Diduga Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Permintaan Pangkas Rambut Deon Barbershop Singapura.