

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Teori Permintaan

Menurut samuelson (2001), permintaan adalah hubungan jelas antara harga pasar suatu barang dengan jumlah yang diminta, dengan catatan faktor lain tidak berubah. Salvator (2006), permintaan adalah jumlah suatu komoditi yang bersedia dibeli individu selama periode waktu tertentu merupakan fungsi dari atau tergantung pada komodit itu, pendapatan nominal individu, harga komoditi lain dan cita rasa individu.

1. Harga pokok

Sesuai dengan hukum permintaan, jumlah barang yang diminta berubah secara berlawanan dengan perubahan harga. Harga adalah suatu tingkat kemampuan suatu barang untuk ditukar dengan barang lain, atau nilai barang ditentukan dengan uang. Suatu barang mempunyai harga karena berguna dan langka, artinya tidak cukup dibandingkan dengan banyaknya yang dibutuhkan atau yang diinginkan sehingga diperlukan usaha dan pengorbanan untuk memperolehnya.

2. Pendapatan konsumen

Pendapatan konsumen merupakan upah, deviden, sewa bunga, jaminan sosial dan pertanian dan dikurangi pajak. Pada umumnya semakin besar penghasilan atau pendapatan semakin besar pula permintaan atau sebaliknya.

3. Harga komoditi lain

Barang konsumsi pada umumnya mempunyai kaitan erat yang satu dengan yang lain. Dua barang dikaitkan mempunyai kaitan erat karena memiliki fungsi yang sama sehingga jika produk yang sama meningkat maka permintaan akan produk meningkat dan demikian pula sebaliknya.

4. Selera

Selera untuk mengkonsumsi suatu produk pada umumnya berubah dari waktu ke waktu. Naiknya intensitas keinginan seseorang terhadap suatu produk tersebut meningkat, sebaliknya apabila turunnya intensitas konsumen terhadap suatu barang yang dulu di pandang sebagai barang mewah, lama kelamaan menjadi biasa.

Permintaan adalah berbagai jenis barang dan jasa yang diminta pembeli pada berbagai kemungkinan harga dalam periode tertentu di pasar. Dalam analisis ekonomi dianggap bahwa permintaan suatu barang terutama dipengaruhi oleh tingkat harganya. Oleh sebab itu, dalam permintaan terutama di analisis adalah hubungan antara jumlah permintaan suatu barang dengan harga barang tersebut. (Sadono sukiro, 2013)

Permintaan merupakan hubungan antara berbagai tingkat harga yang memungkinkan suatu produk dengan sejumlah produk dimana konsumen berkeinginan dan mampu untuk membeli selama periode tertentu dan faktor lain dianggap tetap. Menurut pengertian sehari-hari

permintaan diartikan secara absolut yaitu jumlah barang yang di butuhkan jalan pikiran ini didasarkan atas pemikiran manusia mempunyai kebutuhan. Atas kebutuhan inilah individu mempunyai permintaan akan barang, semakin banyak penduduk suatu negara maka makin besar permintaan masyarakat akan jenis barang (Sudarsono, 2010). Dalam kaitan dengan penelitian ini yang dimaksud dengan permintaan adalah jumlah pakaian jahit (konveksi) yang bersedia dibeli atau dijahit dalam periode tertentu.

2.1.2 Konsep Jasa

Definisi jasa menurut Phillip kotler (Lupiyoadi, 2006) jasa adalah setiap tindakan atau aktivitas yang dapat diberikan seseorang dari satu sisi ke sisi lain, pada dasarnya tidak terlihat fisik dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa bisa terkait dengan produk fisik dan sebaliknya. Definisi jasa menurut (Rangkuti, 2006) jasa adalah kinerja atau tindakan yang tidak berwujud dari satu sisi ke sisi lain. Secara umum, jasa adalah produksi dan konsumsi simultan untuk interaksi antar pemberi berinteraksi dengan penerima layanan untuk mempengaruhi hasil dari layanan tersebut. Definisi jasa menurut (Lehtien, 1983) Jasa adalah suatu aktivitas atau runtutan aktivitas yang terjadi dalam interaksi dengan seseorang atau mesin untuk menyediakan kepuasan konsumen.

2.1.3 Permintaan Jasa Konveksi

Permintaan adalah banyaknya barang yang diminta pada periode dan dalam jangka waktu tertentu. Teori permintaan ini menerangkan sifat

permintaan para pembeli terhadap suatu barang, baik itu barang pokok maupun barang non-pokok. Permintaan dan tingkat harga memiliki hubungan yang erat. Yang 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 akan mengurangi pembelian terhadap barang lain dan menambah pembelian barang terhadap barang yang mengalami penurunan harga. Yang kedua, kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil para pembeli berkurang. Pendapatan yang merosot tersebut memaksa para pembeli untuk mengurangi pembelian terhadap berbagai jenis barang, dan terutama barang yang mengalami kenaikan harga. Hal ini dinyatakan dalam hukum permintaan yang berbunyi, semakin rendah harga suatu barang maka akan semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut, sebaliknya semakin tinggi harga suatu barang maka akan semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut (Yolanda, 2022).

Permintaan akan jasa konveksi merupakan salah satu yang banyak diminati oleh masyarakat Kota Kupang. Salah satu yang menjadi faktor penyebab yaitu kebutuhan masyarakat akan fashion yang akibat dari perkembangan jaman serta kegiatan dan aktivitas masyarakat yang semakin tinggi dari sebelumnya. Di Kota Kupang ada banyak perusahaan yang telah banyak menyediakan jasa konveksi, dari sekian banyak jasa konveksi yang ada di Kota Kupang, jasa konveksi yang ada di Kelurahan Oeba merupakan salah satu tempat yang banyak diminati oleh konsumen.

Jasa konveksi berkembang cukup pesat, hal ini ditandai dengan banyaknya jumlah konsumen yang menggunakan berbagai jenis konveski yang ada di Kelurahan Oeba. Oleh karena itu para pelaku usaha jasa konveksi harus berupaya untuk dapat mengembangkan usahanya dalam memanfaatkan peluang tersebut. Namun perkembangan dan persaingan usaha jasa konveksi semakin besar, hal ini disebabkan semakin banyaknya usaha sejenis.

2.1.4 Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Konveksi

2.1.4.1 Pendapatan

Pendapatan adalah penghasilan yang timbul dalam pelaksanaan aktivitas entitas yang biasa dan dikenal dengan sebutan berbeda seperti penjualan, imbalan, bunga, dividen, royalti dan sewa. Pendapatan merupakan aliran masuk aktiva yang timbul dari penyerahan barang/jasa yang dilakukan oleh suatu unit usaha selama periode tertentu. Bagi perusahaan, pendapatan yang diperoleh atas operasi pokok akan menambah nilai aset perusahaan yang pada dasarnya juga akan menambah modal perusahaan (Sochib, 2018).

Samuelson dan Nordhaus (2005) menyatakan secara umum pendapatan dapat diperoleh melalui tiga sumber, yaitu:

1. Gaji dan upah

Suatu imbalan yang diperoleh seseorang setelah melakukan suatu pekerjaan untuk orang lain, per usahan sewasta atau pemerintahan.

2. Pendapatan dan kekayaan

Pendapatan dari usaha sendiri. Merupakan nilai total produksi dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan baik dalam bentuk uang atau lainnya, tenaga kerja keluarga dan nilai sewa kapital untuk sendiri tidak diperhitungkan.

3. Pendapatan dari sumber lain. Dalam hal ini pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja antara lain penerima dari pemerintah, asuransi, menyewa asset, bunga bank dan sumbangan dalam bentuk lainya serta laba dari usaha.

Menurut Ramlan (2006), pendapatan usaha adalah kerja dari suatu usaha yang telah dilaksanakan dalam kurun waktu tertentu. Samuelson dan Nordhaus (2005) menyatakan bahwa pendapatan didefinisikan sebagai hasil berupa uang atau hal materi lainnya yang dicapai dari penggunaan kekayaan atau jasa manusia bebas. Selanjutnya menurut Amin Widjaja (1997) pendapatan (profit) adalah pengambilan bersih dari suatu aktivitas usaha khusus setelah biaya langsung dan dialokasikan serta pajak yaitu pendapatan dikurangi biaya-biaya dan pajak.

1. Sedangkan menurut Gilarso (1992) yang dihitung sebagai pendapatan adalah segala bentuk balas karya yang diperoleh sebagai imbalan atau balas jasa atau sumbangan seseorang terhadap penghasilan nomina (*Money Icome*) yaitu jumlah

yang diterima.

2. Penghasilan Riil barang yang dapat dibeli dengan sejumlah uang tertentu atau dapat dinilai dengan uang.

Menurut Sadono Sukirno “pendapatan usaha merupakan keuntungan”. Keuntungan ditentukan oleh pengaruh berbagai biaya yang dikeluarkan oleh hasil penjualan yang diperoleh. Istilah pendapatan digunakan jika berkaitan dengan aliran penghasilan pada jangka waktu tertentu yang berasal dari penyediaan faktor-faktor produksi (modal, tenaga kerja, dan sumber daya alam) masing-masing dalam bentuk upah, sewa dan bunga (Gonibala, 2019).

2.1.4.2 Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap usaha jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing dipasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dewasa ini sebagian besar konsumen semakin kritis dalam mengonsumsi suatu produk. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar. Meskipun ada Sebagian masyarakat berpendapat bahwa, produk yang mahal adalah produk yang berkualitas.

Ada pun arti dari kualitas menurut Philip Kotler (1992) sebagai berikut:

Quality is the totality of fautures and characteristic of a product or service that bear on its ability to statisfy stated or implied neds.

Maksud dari definisi diatas adalah kualitas produk merupakan keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan yang dinyatakan maupun yang tersirat.

Sedangkan menurut Adam and Eberst (1992) *product quality is the appropriateness of design specification of function and use as well the degree specification*. Definisi diatas menjelaskan bahwa kualitas produk merupakan spesifikasi rancangan yang tepat atau yang layak untuk digunakan sebaik mungkin sesuai dengan spesifikasi. Sedangkan menurut Feingenbaum (1992) kualitas produk merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk dari pemasaran, rekayasa, pembikinana dan pemeliharaan yang membuat produk yang digunakan memenuhi harapan pelanggan. Jadi kualitas produk adalah sejumlah atribut atau sifat-sifat yang dideskripsikan didalam produk (barang dan jasa) dan digunakan untuk memenuhi harapan pelanggan.

Kualitas adalah faktor-faktor yang terdapat dalam suatu produk yang menyebabkan produk tersebut bernilai sesuai dengan maksud untuk produk ini diproduksi. Kualitas ditentukan oleh “sekumpulan kegunaan” (*bundle of utilities*). Fungsinya termasuk didalam daya tahan, ketidak tergantungan pada produk atau komponen lain, kenyamanan, wujud luar (warna, bentuk, pembungkus dan lain sebagainya) dan harga yang ditentukan oleh biaya produk (Handoko 1990).

2.1.4.3 Selera

Arti selera menurut kamus Bahasa Indonesia, nafsu makan, keinginan atau kemauan untuk berbuat sesuatu, misalnya selera tajam, artinya sangat ingin akan suatu barang atau makanan. Miller dan Miners dalam bukunya teori ekonomi mikro intermediate (1994) mengatakan selera merupakan determinan permintaan non harga. Selera selalu berbeda, demikian halnya selera konsumen untuk memiliki atau membeli sesuatu barang tidak sama. Dalam mendapatkan barang yang hendak dibelinya harus disesuaikan dengan kemampuannya. Mengacu pada konsep selera di atas maka harapan seseorang untuk memiliki suatu barang kebutuhannya sangat tergantung pada selera masing- masing.

Salvatore (1994) mengatakan seorang konsumen dikatakan dalam kondisi keseimbangan apabila dengan kendala pendapatan dan harga tertentu, konsumen itu memaksimalkan utilitas atau kepuasan total dari pengeluarannya. Tujuan seorang konsumen yang rasional adalah memaksimalkan utilitas atau kepuasan total yang diperoleh dari penggunaan pendapatan. Selanjutnya ia mengatakan bahwa *utility* total atau kepuasan total merupakan kepuasan menyeluruh yang diterima individu dari mengkonsumsi sejumlah komoditi tertentu per unit waktu. Sedangkan *utility* marginal atau kepuasan marginal merupakan perubahan *utility* total per unit perubahan dalam jumlah komoditi yang dikonsumsi per unit waktu.

Seorang konsumen membeli suatu barang karena barang tersebut akan memberikan kepuasan. Semakin banyak unit barang atau komoditi yang dikonsumsi per unit waktu maka semakin besar utility total yang diperoleh. Akan tetapi utility marginal yang diterima, setiap tambahan tersebut biasanya menurun. Pada suatu tingkat konsumen tertentu utility total yang diterima akan mencapai maksimum dan utility marginal akan menjadi nol hal ini yang dinamakan dengan titik jenuh dan jika menambah konsumen atas barang tersebut maka hal ini menyebabkan utility total akan menurun dan utility marginal akan menjadi negatif.

2.1.4.4 Pelayanan

Pelayanan menurut kamus besar Bahasa Indonesia (1982) adalah cara, jasa, atau kemudahan yang di berikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa. Menurut sinambela dalam kepmenpan No.63/KEP/M.PAN/7/2003, dikatakan bahwa pelayanan publik adalah segala kegiatan pelayanan dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima layanan maupun pelaksanaan ketentuan perundang-undangan. Beberapa unsur yang terkandung dalam pengertian pelayanan yaitu:

- a. Pelayanan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh suatu badan lembaga atau aparat pemerintah maupun swasta.
- b. Objek yang dilayani adalah masyarakat (publik) berdasarkan kebutuhannya.

- c. Bentuk pelayanan yang di berikan berupa barang atau jasa.
- d. Ada aturan atau sistem dan tata cara yang jelas dalam pelaksanaannya.

Menurut komarudin, bahwa pelayanan adalah alat-alat pemuas kebutuhan yang tidak berwujud atau prestasi yang dilakukan atau dikorbankan untuk memuaskan permintaan dan kebutuhan konsumen. Lebih jauh dikemukakan oleh Daviddow dan Uttal bahwa pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan pelanggan (*whatever enhances customer statisfaction*). Menurut Supalran (dalam moenir) pelayanan adalah usaha pemberian bantuan atau pertolongan kepada orang lain, baik berupa materi maupun non materi agar orang itu dapat mengatasi masalahnya sendiri. Lanjut Moenir menjelaskan bahwa pelayana adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Adapun Kotler menyebutkan bahwa pelayanan (*service*) dapat didefinisikan sebagai suatu tindakan atau kinerja yang diberikan seseorang kepada orang lain.

2.1.4.5 Harga

Kotler dan Keller (2007) mendefinisikan harga adalah suatu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan sedangkan yang lainnya menghasilkan biaya. Hasan (2008) berpendapat bahwa harga adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah

kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Perusahaan harus menetapkan harga jual untuk yang pertama kalinya, terutama pada saat mengembangkan produk baru. Penetapan harga jual berpotensi menjadi suatu masalah karena keputusan penetapan harga jual cukup kompleks dan harus memperhatikan berbagai aspek yang mempengaruhinya.

2.1.5 Hubungan Antar Variabel

2.1.5.1 Hubungan Pendapatan dengan permintaan Jasa Konveksi

Tingkat pendapatan perkapita mencerminkan daya beli. Semakin tinggi tingkat pendapatan, maka kemampuan daya beli akan menguat, sehingga permintaan terhadap jasa konveksi akan meningkat pula dalam hal ini hanya ada satu pengecualian yaitu terhadap barang yang disebut dengan inferior goods (atau *giffen goods*) yaitu barang-barang yang permintaannya justru berkurang bila penghasilan konsumen naik. (Utami, 2006)

2.1.5.2 Hubungan Selera dengan Permintaan Jasa Konveksi

Selera merupakan determinan permintaan non harga. Demikian halnya selera konsumen memiliki atau membeli sesuatu barang tidak sama. (Miller, 1994) jika selera masyarakat meningkat maka permintaan akan jasa konveksi pun meningkat sebaliknya, jika selera masyarakat rendah permintaan juga akan turun.

2.1.5.3 Hubungan kualitas dengan permintaan jasa konveksi

Kualitas produk merupakan spesifikasi rancangan yang tepat atau yang layak untuk digunakan sebaik mungkin sesuai dengan spesifikasi.

(Adam, 1992) pada umumnya konsumen menghendaki barang yang berkualitas baik. Makin tinggi kualitas suatu barang, maka keinginan (permintaan) konsumen untuk dapat memiliki barang tersebut semakin besar.

2.1.5.4 Hubungan Harga dengan Permintaan Jasa Konveksi

Harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa (Saladin,2003). Sedangkan menurut Dharmestadan Irwana (2005) mengemukakan pengertian harga sebagai berikut: Harga adalah jumlah yang (ditambah beberapa produk jika mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinsai dari produk dan pelayanannya''. Hubungan yang terjadi pada harga terhadap permintaan adalah negatif. Semakin tinggi harga suatu barang/jasa semakin rendah permintaan terhadap barang/jasa tersebut. Pada penelitian Hariadi Ibiyanto, (2008) juga menyatakan harga merupakan variabel yang memiliki pengaruh terhadap permintaan.

2.1.5.5 Hubungan Pelayanan dengan Permintaan Jasa Konveksi

Usaha jasa konveksi yang ada di Kelurahan Oeba mengutamakan kepuasan pelanggan atau konsumen dalam memakai produk jasanya. Apabila pelayanan yang diberikan bagus dan konsumen merasa puas, maka ada kemungkinan konsumen akan menggunakannya kembali dilain waktu. Namun sebaliknya jika konsumen tidak puas dengan pelayanan yang diberikan, maka ada kemungkinan konsumen tersebut tidak akan menggunakannya lagi dan akan mencari yang lain.

2.2 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan dengan penelitian ini ada beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain sebelumnya yang permasalahannya hampir sama dengan penelitian yang sedang dilakukan:

Table 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul	Metode Analisis	variabel	Hasil Penelitian
1	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan sepeda motor di kota Semarang (studi kasus: Pns Kota Semarang (Budiarto dan Purwati, 2013)	Analisis regresi Regresi Linear Berganda	<ul style="list-style-type: none"> • Pendapatan • Tarif angkutan umum • Jumlah keluarga • Harga sepeda motor • Selera 	Hasil penelitian menunjukkan faktor-faktor Yang mempengaruhi permintaan sepeda motor di kota semarang. Dari lima faktor yang diangkat menjadi variable dalam penelitian ini (pendapatan, tarif angkutan umum, jumlah keluarg, harga sepeda motor, selera) terbukti bahwa faktor-faktor tersebut serentak mempengaruhi jumlah permintaan sepedaa motor di kota semarang. Variable harga sepeda motor tidak berprngaruh signiterhadap permintaan sepeda motor, hal ini karena kemudahan membayar secara kredit sehingga harga sepeda motor tidak berpengaruh terhadap permintaan sepeda motor di kota semaranag.

2	Permintaan dan Penawaran Beras di Indonesia (pada tahun 2003 – tahun 2013) (Pontoh, 2016)	Metode analisis deskriptif	<ul style="list-style-type: none"> • Permintaan • penawaran 	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa permintaan masyarakat dan penawaran pengusaha di Indonesia untuk komoditas beras mengalami perubahan yang tidak sama dan hubungan permintaan masyarakat dan penawaran pengusaha di Indonesia di Indonesia untuk komoditas beras, pada periode tahun 2003 sampai dengan tahun 2013 tidak selalu sama.
3	Analisis Permintaan Masyarakat Terhadap Transportasi Umum di Kota Banda Aceh (studi kasus Trans Koetaradja) (Prwati dan Diana, 2016)	Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan kuantitatif	<ul style="list-style-type: none"> • pendapatan (INC) • Jarak (DIS) • Waktu dari rumah (TWH) 	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan transportasi umum trans koetaradja. Sedangkan variabel jarak berpengaruh negative dan variabel waktu dari rumah dan dari tempat kerja berpengaruh positif, namun kedua variabel tersebut tidak signifikan terhadap permintaan transportasi umum trans koetaradja.
4	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Angkutan Umum Online Di Kota Medan (Umar, 2018)	Analisis data menggunakan analisis probit, regresi linier berganda, asumsi klasik	<ul style="list-style-type: none"> • Harga • Pendapatan • Promosi kepemilikan kendaraan pribadi • Pelayanan • Kecepatan pelayanan 	variabel promosi dan variabel pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap permintaan jasa transportasi online di kota medan, sedangkan variabel harga berpengaruh secara positif dan

				tidak signifikan, variabel kepemilikan kendaraan pribadi berpengaruh positif dan tidak signifikan dan variabel kecepatan pelayanan berpengaruh secara positif dan tidak signifikan. Adapun secara keseluruhan variabel independent berpengaruh sebesar 23,6% sedangkan sisanya 66,39% dipengaruhi oleh faktor lain.
5	Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Permintaan Terhadap Jasa Penyewaan Lapangan Futsal di Kota Lampung (Rinaldi, 2018)	Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda metode ordinary least square (OLS)	<ul style="list-style-type: none"> • Harga sewa • Jarak • Pendapatan • Fasilitas lapangan futsal • Harga kompetitor 	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga sewa (X_1) dan jarak (X_4) memiliki pengaruh negatif dan signifikan, sedangkan pendapatan (X_2) dan fasilitas (X_5) memiliki pengaruh negatif dan signifikan, dan harga kompetitor (X_3) memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap jasa penyewaan lapangan futsal di kota Bandar Lampung.

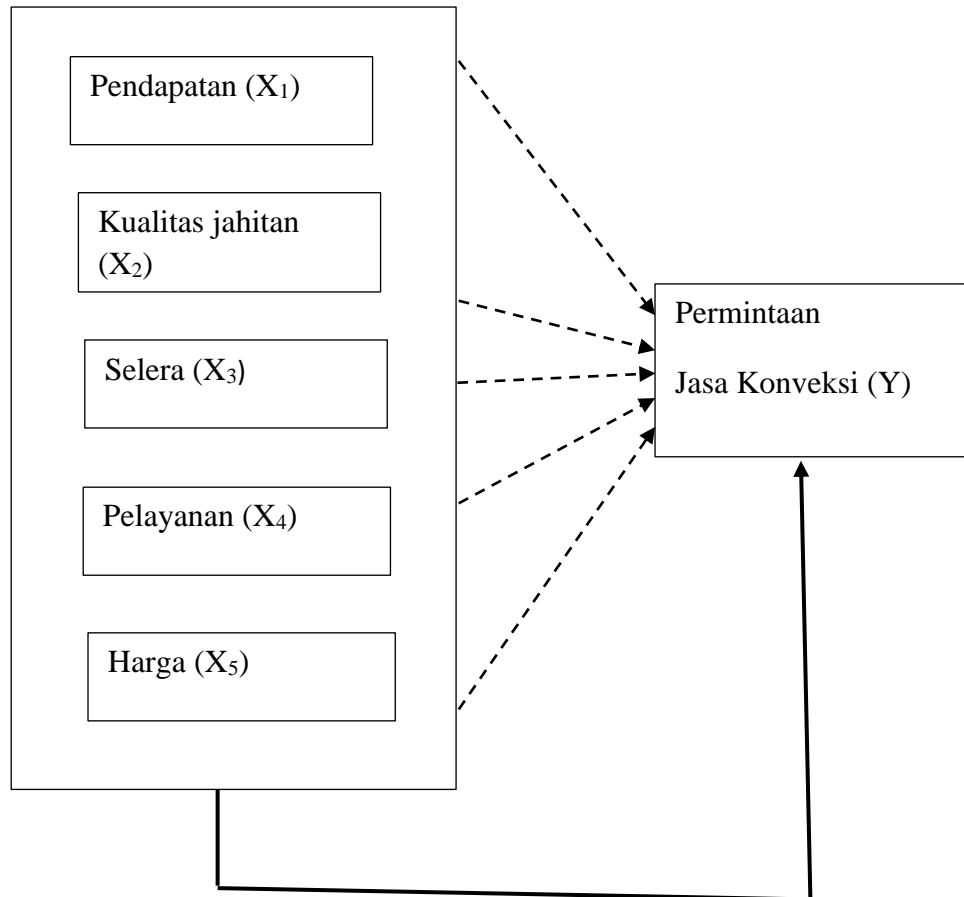
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis

Seiring dengan perkembangan teknologi banyak perusahaan yang berkembang begitu pesat baik itu perusahaan swasta maupun perusahaan pemerintah. Berbagai perusahaan dibangun untuk mendapat keuntungan yang sebanyak-banyaknya seperti perusahaan jasa. Salah satunya perusahaan jasa konveksi. Pada kenyataan seseorang atau konsumen memiliki selera atau

kemampuan yang berbeda-beeda. Pilihan konsumen atas suatu perusahaan jasa konveksi tidak berdiri sendiri. Pilihan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor penentu. Dengan mengetahui pengaruh faktor-faktor penentu yang ada, dapat diketahui bagaimana proses seorang konsumen dalam memilih perusahaan jasa konveksi. Oleh sebab itu setiap perusahaan jasa memiliki permintaan yang berbeda-beda. Menjahit merupakan salah satu proses mengolah tekstil menjadi busana atau pakaian, yang membutuhkan alat, baik alat yang sederhana maupun modern (Maelia, 2006)

Dalam penelitian ini akan dianalisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan jasa konveksi di Kelurahan Oeba Kota Kupang. Untuk dapat menganalisisnya dalam penelitian ini digunakan faktor-faktor yaitu: pendapatan, kualitas jahitan, selera, pelayanan dan harga yang merupakan variable X. Sedangkan variabel Y nya adalah permintaan jasa konveksi. Untuk mengetahui arah pemikiran penulisa, mempermudah peneliti dan pengolahan serta kepentingan menganalisisnya, maka dibuatlah kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Teoritis



Keterangan gambar:

-----> = Parsial

————> = Simultan

2.4 Hipotesis

Berdasarkan teori dan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan terhadap penelitian ini adalah:

2.4.1 Diduga pendapatan, kualitas jahitan, selera, pelayanan dan harga berpengaruh simultan, signifikan dan positif terhadap permintaan jasa koveksi di Kelurahan Oeba Kota Kupang.

2.4.2 Diduga pendapatan, kualitas jahitan, selera, pelayanan dan harga berpengaruh persial, signifikan dan positif terhadap permintaan jasa konveksi di Kelurahan Oeba Kota Kupang