BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Menurut Pyndick dan Rubinfield(2007), perilaku konsumen merupakan gambaran tentang bagaimana konsumen mengalokasikan pendapatan antara barang atau jasa yang berbeda-beda untuk memaksimalkan kesejahteraan. Terdapat hal-hal yang mempengaruhi perilaku konsumen diantara yaitu pendapatan konsumen, selera konsumen, dan harga barang. Dasar dalam perilaku konsumen adalah konsumen selalu berusaha untuk mencapai kegunaan maksimal dalam pemakaian barang yang dikonsumsinya.

a. Pendekatan Nilai Guna

Terdapat dua pendekatan yang dapat digunakan dalam mempelajari perilaku konsumen(Prawoto dan Basuki, 2015), yaitu pendekatan tradisional dan pendekatan modern. Pendekatan tradisional terhadap perilaku konsumen dibagi menjadi dua, antara lain yaitu:

1. Pendekatan nilai guna kardinal

Pendekatan nilai guna kardinal menganggap bahwa manfaat atau kenikmatan yang diperoleh seseorang konsumen dapat dinyatakan secara kuantitatif. Dalam pendekatan ini analisis konsumen didasarkan pada teori Gossen I yang menyatakan bahwa apabila konsumen menambah konsumsi barang, maka tambahan kepuasan(*marginal utility*) dari setiap satuan tambahan barang yang dikonsumsi akan semakin menurun. Asumsi pada pendekatan ini menyatakan bahwa tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen dari mengkonsumsi suatu barang dapat diukur dengan satuan tertentu seperti uang, jumlah atau buah. Konsumen yang rasional adalah konsumen yang berusaha memaksimalkan kepuasannya dengan batas pendapatan yang dimilikinya.

2. Pendekatan nilai guna ordinal

Pendekatan nilai guna ordinal menganggap bahwa kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi suatu barang tidak dapat dinyatakan secara kuantitatif, sehingga perilaku konsumen dalam memilih suatu barang yang akan memaksimumkan kepuasan. Pendekatan ordinal membuat peringkat atau urutan-urutan kombinasi barang yang dikonsumsi

b. Kurva Indiferensi(*Indifferent Curve)*

Menurut Mankiw(2006), sebuah kurva indiferen menunjukkan jenis kombinasi barang konsumsi yang memberika konsumsi yang sama kepada konsumen. Besar kemiringan di setiap titik kurva indiferen sama dengan tingkat dimana konsumen bersedia mengganti barang yang satu dengan barang yang lain. Tingatan tersebut kemudian disebut dengan tingkat subtitusi marginal(*marginal rate of substitution*-MRS).

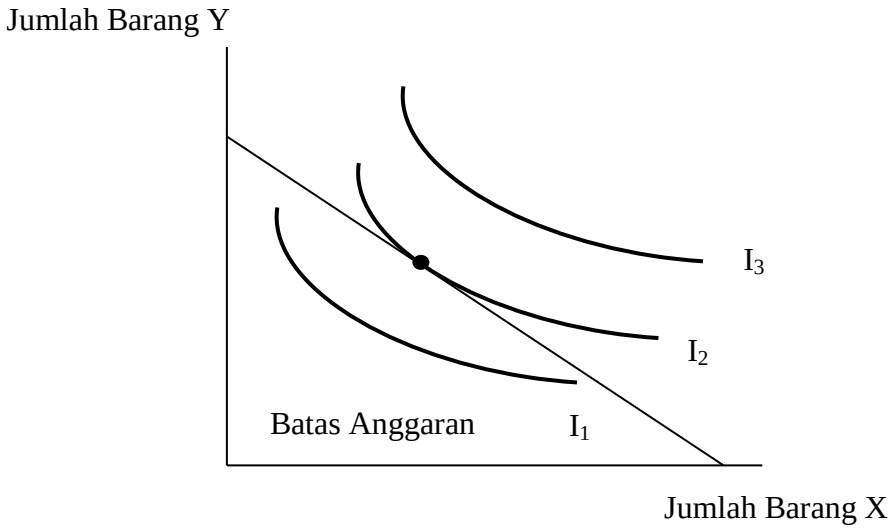
Terdapat empat karakteristik yang menjelaskan kurva indiferen, diantaranya yaitu:

1) Kurva indiferen yang lebih tinggi lebih disukai daripada kurva yang lebih rendah. Kurva indiferen yang lebih tinggi mencerminkan jumlah konsumsi barang yang banyak. Konsumen biasanya mengonsumsi barang yang disukainya lebih banyak dibanding yang kurang disukai.
2) Kurva indiferen mempunyai kemiringan yang negatif. Kemiringan kurva indiferen yang negatif mencerminkan bahwa konsumen akan mengurangi konsumsi atau mengorbankan barang yang satu apabila ia ingin menambah konsumsi barang lain.
3) Kurva indiferen cembung ke arah origin. Kemiringan suatu kurva indiferen merupakan tingkat subtitusi marginalnya atau menunjukkan adanya perbedaan proposi jumlah yang harus

dikorbankan untuk mengubah kombinasi masing-masing barang yang di konsumsi.

4) Kurva indiferen tidak saling berpotongan. Dalam kurva indiferen tidak mungkin diperoleh kepuasan yang sama pada suatu kurva indifen yang berbeda. Hal ini sesuai dengan asumsi bahwa semakin barang yang dikonsumsi lebih disukai oleh konsumen maka semakin banyak konsumsi suatu barang tersebut.

Seperti yang diketahui, kurva indiferen yang lebih tinggi menggambarkan kepuasan yang lebih tinggi juga sehingga kombinasi yang terbaik adalah kombinasi pada kurva indiferen yang tertinggi. Namun, konsumen juga di batasi oleh besar anggaran yang dimilikinya sehingga pilihan optimal konsumen adalah kombinasi dimana tidak melebihi batas anggaran.



Sumber: Mankiw, 2006

Gambar 2.1
Titik Optimum Konsumen

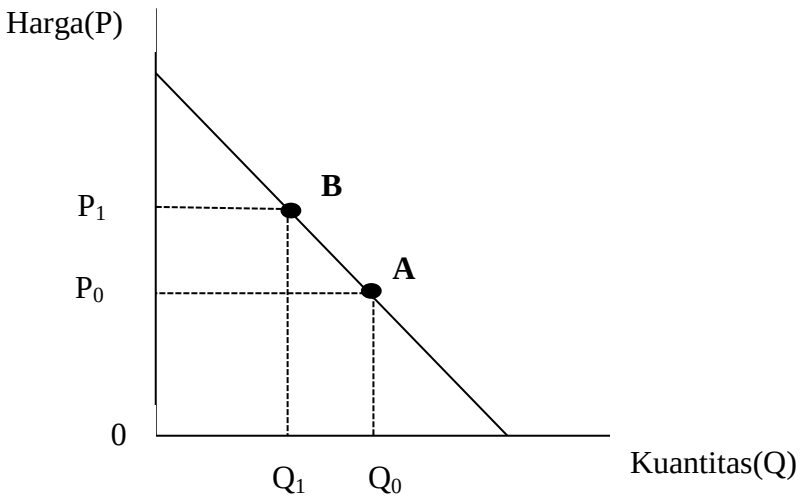
Gambar 2.1 menunjukkan bahwa kurva indiferen yang dapat dicapai konsumen adalah I_2. Kurva I_2 dipilih konsumen karena memiliki letak yang cukup tinggi(lebih tinggi dari I_1) dan bersinggungan kurva batas anggaran(*budget line*). Konsumen lebih menyukai kombinasi konsumsi pada kurva I_3 namun tidak dapat dipenuhi karena kombinasi tersebut melebihi batas anggarannya. Letak kurva I_1 adalah yang terendah, sehingga konsumen tidak memilih kombinasi ini.

2. Permintaan

Permintaan menurut Gilarso(2003) adalah jumlah dari suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga, selama jangka waktu tertentu, dengan harapan hal-hal lain tetap(*cetiris paribus*). Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang atau pada berbagai tingkat harga selama periode tertentu. Jumlah permintaan dari suatu barang adalah jumlah barang yang rela dan mampu dibayar oleh pembeli. Berdasarkan pengertian tersebut, permintaan dapat diartikan sebagai banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu.

Permintaan sangat erat hubungannya dengan harga, karena naik turunnya permintaan sangat dipengaruhi oleh naik turunya harga. Jumlah permintaan berhungan negatif dengan harga karena jumlah permintaan

jatuh seiring dengan naiknya harga dan meningkat seiring turunnya harga. Hubungan antara harga dan permintaan selanjutnya disebut juga dengan hukum permintaan(*law of demand*) yang menyatakan bahwa jika semua hal dibiarkan sama, ketika harga suatu barang meningkat, maka jumlah permintaannya akan menurun, dan ketika harga turun maka jumlah permintaan akan meningkat.



Sumber: Mankiw, 2006

Gambar 2.2
Kurva Permintaan

Gambar 2.2 merupakan kurva permintaan yang menunjukkan interaksi antara harga dengan kuantittas barang yang diminta. Kurva permintaan bersudut negatif terhadap sumbu horizontal karena hubungan antara harga dan jumlah barang atau jasa yang diminta adalah negatif. Titik A menggambarkan, ketika

harga sebesar P_0 maka jumlah barang atau jasa yang diminta sebesar Q_0, Titik B menggambarkan, apabila harga meningkat menjadi P_1 maka maka banyaknya jumlah barang atau jasa yang diminta berkurang menjadi Q_1.

Terdapat beberapa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi jumlah permintaan selain harga, antara lain yaitu:

a. Pendapatan

Irawan dan Suparmoko(1981) berpendapat bahwa pendapatan seseorang adalah pendapatan yang telah diperoleh dari suatu kegiatan jenis usaha yang menghasilkan suatu keuntungan. Pengaruh antara pendapatan dengan permintaan dapat berbeda sesuai dengan jenis barang. Terdapat dua jenis barang yaitu barang normal dan barang inferior. Jika permintaan berkurang akibat pendapatan berkurang maka barang tersebut disebut barang normal.

b. Harga Barang-barang terkait

Ketika penurunan harga suatu barang menyebabkan kenaikan permintaan barang yang lain, maka barang tersebut disebut sebagai barang subtitusi atau barang pengganti. Barang subtitusi berupa pasang-pasangan barang yang digunakan sebagai pengganti satu sama lain. Selain barang subtitusi terdapat pula barang komplementer. Barang komplementer. Barang komplementer dapat disebut juga sebagai barang

pelengkap, sehingga ketika terjadi penurunan harga pada suatu barang maka akan meningkatkan permintaan barang yang lain.

c. Selera

Dalam kehidupan sehari-hari hal yang paling sering menentukan pengambilan keputusan konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa adalah selera. Jika konsumen cenderung lebih menyukai suatu barang maka konsumen akan membeli barang tersebut dengan jumlah yang lebih banyak. Kebanyakan ekonom tidak dapat bercerita tentang asalnya selera atau mengapa selera setiap orang berbeda-beda. Ekonom mengasumsikan bahwa selera sebagai sesuatu yang ada begitu saja dan relatif stabil, sehingga setiap orang mungkin saja memiliki seleranya sendiri tetapi selera individual tidak dalam keadaan berubah yang terus menerus.

d. Harapan

Harapan mengenai masa depan tentunya mempengaruhi permintaan seseorang terhadap suatu baran atau jasa hari ini. Perkiraan harga di masa datang merupakan salah satu hal yang mempengaruhi jumlah permintaan. Ketika harga suatu barang diperkirakan akan naik maka konsumen akan cenderung membeli barang lebih banyak saat ini untuk menghemat belanja di masa depan.

e. Jumlah Pembeli

Seperti yang telah dibahas sebelumnya permintaan individu sangatlah dipengaruhi oleh faktor-faktor diantara adalah harga barang tersebut, harga barang-barang terkait, pendapatan, selera, dan harapan di masa datang. Sebagi tambahan, permintaan pasar dipengaruhi oleh jumlah pembelli. Semakin banyak jumlah pembeli maka akan semakin banyak juga jumlah barang atau jasa yang diminta.

Jasa menurut Tjiptono(2004) adalah setiap tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain, bersifat *intangible*(tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Kondisi suatu jasa yang ditawarkan sangat tergantung pada penilaian dari pengguna jasa itu sendiri. Kinnear(1991) menjelaskan bahwa dalam usaha pelayanan jasa, terdapat empat faktor yang perlu diperhatikan guna memberikan kepuasan bagi pengguna yaitu aspek kecepatan, keramahan, ketepatan, dan kenyamanan .

Permintaan terhadap jasa transportasi dapat dibedakan dari permintaan terhadap barang-barang lainya sesuai yang disebutkan oleh Nur Nasution(2004), sebagai berikut:

1) *Derived Demand*, artinya permintaan akan jasa transportasi baru akan ada apabila terdapat faktor-faktor yang mendorongnya.
2) Permintaan akan jasa transportasi adalah seketika/ tidak mudah untuk digeser atau ditunda dan sangat dipengaruhi oleh fluktuasi waktu.

3) Permintaan akan jasa transportasi sangat dipengaruhi oleh elastisitas pendapatan.
4) Pada hakikatnya permintaan penumpang bersifat inelastis sementara pengangkutan barang bersifat elastis terhadap biaya transpor.
5) Permintaan akan jasa transportasi sangat kompleks karena permintaan tersebut tidak hanya dilandasi oleh keinginan memindahkan sesuatu dari suatu tempat ketempat lain namun banyak variabel-variabel lain yang juga mempengaruhinya. Variabel yang mempengaruhinya diantaranya yaitu sifat-sifat dari muatan, biaya transport, tarif transport, pendapatan pemakai jasa angkutan, kecepatan angkutan, dan kualitas pelayanan.

3. Hubungan Variabel

a. Pendapatan Terhadap Penggunaan Angkutan Umum Trans Jogja

Wahyu Adji(2004) mendefinisikan pendapatan atau *income* sebagi uang yang diterima oleh seseorang dari perusahaan dalam bentuk upah, gaji, sewa, laba, dan bunga termasuk juga beragam tunjangan, seperti kesehatan dan pensiun.

Pengaruh antara pendapatan dengan permintaan dapat berbeda sesuai dengan jenis barang. Terdapat dua jenis barang yaitu barang normal dan barang inferior. Jika permintaan berkurang akibat pendapatan berkurang maka barang tersebut disebut barang normal. Tiket bus kota termasuk kedalam barang inferior atau barang yang

permintaannya akan naik ketika pendapatan turun, dengan asumsi semua hal lain tidak berubah. Dari uraian tersebut dapat diketahui saat pendapatan seseorang menurun, kemungkinan besar seseorang untuk membeli kendaran pribadi meningkat, sehingga keinginan untuk naik bus kota akan menurun.

b. Tarif Terhadap Penggunaan Angkutan Umum Trans Jogja

Terdapat beberapa aspek dalam menentukan besarnya tarif yaitu kepentingan konsumen sebagi pengguna jasa, kepentingan produsen sebagi penyedia jasa, serta kepentingan pemerintah sebagai pembuat kebijakan. Tarif angkutan umum juga dipengaruhi oleh perubahan biaya operasi alat angkutan, yaitu ditetapkan berdasarkan biaya operasi satu unit(unit cost) dari jasa angkutan tersebut.

Sesuai dengan hukum permintaan, apabila tarif angkutan umum naik maka jumlah permintaan penggunaan angkutan umum akan menurun. Sedangkan, apabila tarif angkutan umum menurun maka jumlah penggunaan angkutan akan mengalami kenaikan. Terdapat berbagi jenis angkutan umum yang berarti bahwa suatu angkutan umum memiliki barang subtisusi atau pengganti atas angkutan yang lain. Berdasarkan atas sifat barang subtitusi, apabila salah satu angkutan umum meningkatkan tarif maka permintaan akan penggunaan angkutan umum yang lain akan meningkat juga.

c. Tarif Angkutan Lain Terhadap Penggunaan Angkutan Umum Trans Jogja

Tarif angkutan lain dapat diartikan juga sebagai harga barang-barang terkait. Angkutan lain merupakan bentuk dari barang subtitusi atau pengganti atas Trans Jogja. Sifat barang subtitusi adalah ketika terjadi kenaikan harga terhadap suatu barang maka barang subtitusi tersebut akan mengalami peningkatan permintaan.

Ketika tarif angkutan lain mengalami penurunan maka permintaan Trans Jogja akan mengalami penurunan. Penurunan permintaan Trans Jogja terjadi akibat penurunan tarif angkutan lain, sehingga konsumen menjadi beralih menggunakan angkutan lain yang dirasa lebih murah dibandingkan dengan Trans Jogja. Sebaliknya, apabila tarif angkutan lain mengalami kenaikan maka konsumen akan lebih suka mengunakan Trans Jogja yang lebih murah dibandingkan angkutan tersebut.

d. Kualitas Terhadap Penggunaan Angkutan Umum Trans Jogja

Menurut Edvardsson dalam Griselda(2007) kualitas pelayanan adalah bagaimana cara untuk mencari tahu apa yang menciptakan nilai bagi konsumen dan perusahaan harus memberikan nilai tersebut. Tinggi rendahnya kualitas pelayan suatu perusahan tergantung pada persepsi konsumen. Apabila kualitas yang diberikan melebihi apa yang diharapkan oleh konsumen maka kualitas jasa tersebut dipersepsikan sebagai kualitas yang tinggi, sebaliknya apabila kualitas yang diberikan tidak sesuai dengan harapan konsumen maka kualitas jasa tersebut dipersepsikan sebagai kualitas yang rendah. Sehingga, tinggi

rendahnya kualitas jasa yang diberikan tergantung oleh kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumennya.

Gefen(2002) menyatkan dalam proses memenangkan persaingan suatu perusahan harus selalu meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Ketika penyedia jasa menawarkan kualitas pelayanan yang semakin baik maka akan semakin tinggi nilai jasa tersebut bagi konsumen.

e. Halte Terhadap Penggunaan Angkutan Umum Trans Jogja

Halte merupakan suatu fasilitas yang disediakan untuk menaikkan atau menurunkan penumpang yang keberadaanya disepanjang rute angkutan. Menurut Abubakar(1996) terdapat 2 jenis perhentian angkutan umum, yaitu antara lain:

1. Tempat henti dengan lindungan (*shelter)*

   Merupakan tempat perhentian berupa bangunan yang digunakan penumpang untuk menunggu bus atau angkutan umum lain yang dapat melindungi dari cuaca.

2. Tempat henti tanpa lindungan (*bus stop)*

   Merupakan tempat henti yang digunakan untuk perhentian sementara bus atau angkutan umum lainnya pada waktu menaikkan atau menurunkan penumpang.

Halte disediakan oleh pemerintah dengan maksud untuk mendukung suatu sistem transportasi yang efektif dan efisien. halte

sangat diperlukan keberadaannya di sepanjang rute angkutan umum dan angkutan umum haruslah melewati rute yang telah ditetapkan agar mempermudah dalam menaikkan atau menurunkan penumpang sehingga perpindahan penumpang lebih mudah dan gangguan terhadap lalu lintas dapat diminimalkan. Dalam hubungannya dengan jumlah permintaan atas angkutan umum, lokasi tempat perhentian perlu diperhatikan. Lokasi halte akan menentukan banyaknya waktu yang diperlukan untuk berjalan dari tempat tinggal atau tempat tujuan ke halte tersebut, atau sebaliknya. Semakin sedikit waktu yang diperlukan untuk berjalan maka masyarakat semakin menyukainya. Tersedianya halte di tempat-tempat yang sering dikunjungi akan mempermudah masyarakat dalam melakukan mobilitas perpindahan tempat yang kemudian akan meningkatkan permintaan menggunakan Trans Jogja. Faktor lain yang kemudian mempengaruhi permintaan dalam menggunakan Trans Jogja adalah kondisi halte. Kondisi halte yang nyaman juga akan meningkatkan permintaan Trans Jogja.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai keputusan masyarakat dalam menggunakan angkutan umum telah dilaksanakan oleh para peneliti terdahulu. Berikut merupakan beberapa hasil penelitian terdahulu yang relavan dengan penelitian ini:

1. Penelitian oleh Neil Paulley, Richard Balcombe, dkk(2006) yang berjudul “The Demand for Public Transport: The Effect of Fares, Quality of Service, Income, and Car Ownership”. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menghasilkan petunjuk-petunjuk manual terbaru terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan angkutan umum yang digunakan oleh operator angkutan umum, ahli perencana, akademisi, dan peneliti lainnya. Variabel-variabel yang digunakan adalah tarif, kualitas pelayanan, pendapatan, dan kepemilikan kendaraan pribadi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tarif memiliki pengaruh negatif terhadap permintaan angkutan umum dengan elastisitas yang berbeda-beda berdasarkan perubahan tarif, waktu perjalaan, dan tipe perjalanan. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif, sedangkan pendapatan dan kepemilikan kendaraan pribadi memili pengaruh negatif terhadap permintaan angkutan umum.

2. Tesis yang ditulis oleh Herry Judhi Pratikno(2006) yang berjudul “Analisis Intensitas Penggunaan Angkutan Penumpang Umum(Kasus Angkutan Penumpang Umum Bus antar Kota dalam Provinsi non Ekonomi jurusan Semarang-Solo)” dengan menggunakan model regresi berganda dalam menganalisis variabel-variabel intensitas penggunaan jasa angkutan penumpang umum. Variabel independen dari penelitian ini adalah tarif moda angkutan yang lainnya,

penghasilan dan pelayanan, sementara variabel dependen adalah intensitas penggunaan jasa transportasi angkutan penumpang umum. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh secara positif terhadap variabel dependen. Intensitas penggunaan bus yang diamati akan tergantung pada tarif moda transport lainya dan kualitas maupun kuantitas pelayanan yang diberikan oleh jasa transportasi angkutan umum penumpang.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Muchamad Zaenuri(2007) yang berjudul "Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Transportasi Umum Perkotaan (Studi Kasus Pengelolaan Angkutan Umum Bis Kota di Dinas Perhubungan Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta)". Metode penelitian adalah dengan menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan atau aspek yang membantu atau justru merintangi pencapaian tujuan. Variabel penelitian terdiri dari lingkungan internal dan eksternal. Hasil penelitian adalah strategi peningkatan kualitas pelayanan transportasi umum harus berubah dari *traffic management* menjadi *social partisipative management*, dimana masyarakat sebagai pengguna bis kota memiliki peranan yang penting demi peningkatan kualitas pelayaman tersebut.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Zilhardi Idris(2009), ia mengkaji mengenai "tingkat kepuasan" penggunaan angkutan umum di DIY dengan hasil penelitian yang menjelaskan bahwa secara keseluruhan

pelayanan angkutan umum yaitu bus kota di Yogjakarta cukup buruk, hal tersebut digambarkan dengan nilai tingkat kesesuaiannya yang masih dibawah nilai interpretasi Customer Satification Index-CSI. Selanjutnya, faktor-faktor yang merupakan prioritas utama dalam meningkatkan kepuasan pengguna angkutan umum bus kota Yogyakarta adalah yang berhubungan dengan keselamatan, keamanan dan kenyamanan. Sementara faktor-faktor yang berkaitan dengan ketersediaan moda, ketepatan waktu datang dan pergi, menurut penilaian pengguna juga sangat penting untuk diperhatikan dan ditingkatkan.

Metode analisis yang digunakan adalah *Important-Performance Analysis* yang digunakan untuk membandingkan sampai sejauh mana kinerja/pelayanan yang dapat dirasakan oleh pengguna jasa jika dibandingkan dengan tingkat kepuasan yang diinginkan. Perbandingan tersebut kemudian digambarkan melalui diagram kartesius.

5. Penelitian oleh Gito Sugianto dan Sugianto(2009) yang berjudul "Elastisitas Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Kebutuhan Angkutan Umum di London dan Yogyakarta". Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan angutan umum di London dan Yogyakarta yang didasarkan pada penelitan Paulley(2006) dan Sugianto(2007). Model analisis yang digunakan adalah model binominal logit. Variabel yang digunakan adalah biaya perjalanan atau tarif, biaya kemacetan,

waktu tempu perjalanan, *headway* angkutan umum, waktu berjalan ke tempat perhentian bus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan elastisitas langsung maupun tidak langsung variabel biaya perjalanan memiliki nilai elastisitas yang paling tinggi. Biaya perjalanan adalah variabel yang sangat mempengaruhi pemilihan antara menggunakan kendaraan pribadi atau angkutam umum. Faktor yang mempengaruhi permintaan angkutan umum di London adalah tarif, kualitas pelayanan, pendapatan, dan kepemilikan kendaraan pribadi.

6. Skripsi oleh Musthofa Kamal(2014) yang berjudul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Willingness to Pay Pengguna Trans Yogya". Metode penilitian yang digunakan adalah *Contingnet Valuation* dengan pengolahan data berupa analisis regresi berganda. Variabel yang digunakan adalah jenis kelamin, usia, tingkat pendapatan, jumlah tanggungan anak, dan lama berjalan ke halte. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel usia, tingkat pendapatan dan jumlah tanggungan anak berpengaruh positif terhadap WTP, sedangkan variabel lama berjalan berpengaruh negatif terhadap WTP.
7. Skripsi oleh Pipit Anggrelia Sari(2015) yang berjudul "Preferensi Masyarakat terhadap Kemungkinan Pemilihan Moda *Bus Rapid Transit* (BRT) Trans Semarang dan Angkutan Umum Lainnya Trayek Terboyo-Sisemut". Variabel yang digunakan adalah pendapatan, biaya perjalanan, jarak tempat tinggal, faktor keamanan dan kenyamanan,

dan faktor ketepatan waktu. Model penelitian yang digunakan adalah *Binary Logistic Regression* dengan variabel dependen yang bersifat dikotomi, yaitu untuk BRT Trans Semarang dan angkutan umum lainnya. Hasil penilitian menunjukkan bahwa pemilihan moda didominasi oleh 86 responden untuk BRT Trans Semarang dan 14 responden untuk angkutan umum lainnya. Variabel Pendapatan, jarak jarak tempat tinggal, faktor keamanan dan kenyamanan, dan faktor ketepatan waktu berpengaruh positif, sementra biaya perjalanan berpengaruh negatif terhadap pemilihan moda

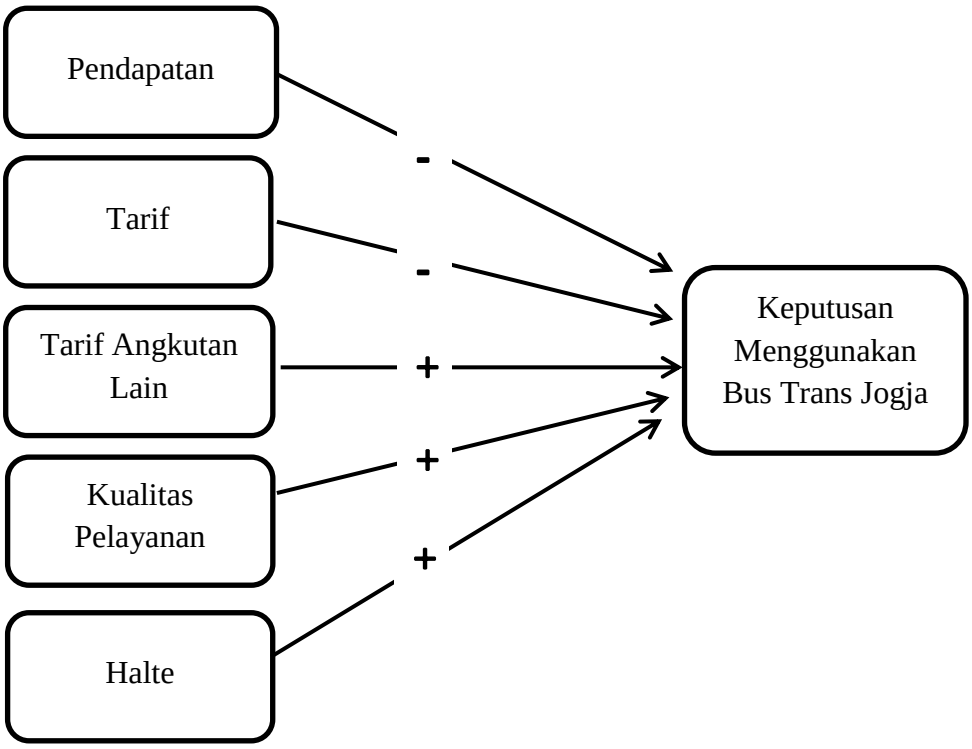
.

C. Kerangka Penelitian

Kerangka pemikiran teorotis menunjukkan tentang pola teorotis terhadap pemecahan masalah penelitian yang ditemukan. Permasalahan yang akan diteliti yaitu mengenai keputusan menggunakan angkutan umum Trans Jogja. Transportasi merupakan suatu barang yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan akan mobilitas perpindahan tempat. Salah satu transportasi perkotaan yang ada di kota Yogyakarta adalah Trans Jogja.

Terdapat beberapa hal yang mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan Angkutanumum Trans Jogja. Pertama, Tingkat Pendapatan seseorang terhadap keputusan menggunakan Trans Jogja. Tinggi rendahnya penggunaan Trans Jogja akan dipengaruhi oleh tinggi rendahnya tingkat pendapatan. Kedua, Tarif Trans Jogja terhadap keputusan menggunakan Trans Jogja. Harga suatu barang yang cenderung murah akan lebih disukai oleh konsumen, sehingga apabila tarif Trans Jogja rendah maka permintaan untuk menggunakan Trans Jogja akan meningkat. Ketiga, Tarif angkutan lain terhadap keputusan menggunakan Trans Jogja. Apabila terdapat barang lain yang sifatnya adalah subtitusi dari suatu barang menawarkan harga yang lebih rendah maka akan menyebabkan penurunan permintaan terhadap barang tersebut. Ketika tarif angkutan lain lebih rendah maka permintaan untuk menggunakan Trans Jogja akan menurun. Keempat, Kualitas Pelayanan terhadap keputusan menggunakan Trans Jogja. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh pemilik jasa, maka akan semakin tinggi nilai jasa tersebut bagi konsumen. Ketika kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh

operator Trans Jogja semakin tinggi maka Trans Jogja akan semakin disukai, sehingga secara otomatis permintaan untuk menggunakan Trans Jogja akan meningkat. Kelima, halte terhadap penggunaan Trans Jogja. Lokasi halte yang semakin dekat dengan kondisi yang semakin baik akan menyebabkan peningktan permintaan untuk menggunakan Trans Jogja.



Gambar 2.3

Kerangka Pemikiran

Gambar 2.3 menunjukan bahwa keputusan menggunakan angkutan umum Trans Jogja dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah pendapatan, tarif angkutan trans jogja, tarif angkutan lain, kualitas pelayanan dan halte yang tersedia.

D. Hipotesis

Sejalan dengan latar belakang pada penelitian ini dapat diambil suatu hipotesis atau dugaan sementara sebagai berikut :

1. Variabel pendapatan diduga berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Trans Jogja.
2. Variabel tarif Trans Jogja diduga berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Trans Jogja.
3. Variabel tarif angkutan lain diduga berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Trans Jogja.
4. Variabel kualitas pelayanan diduga berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Trans Jogja.
5. Variabel halte diduga berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Trans Jogja.