

ABSTRACT

Today, many brands of cars, making consumers get many options before deciding to buy cars. Many factors into consideration before consumers buy a product. The purpose of this research is to know how the Product and the price to consumer buying interest on Honda City car.

This research is quantitative research. The population in this study was prospective customers & customers who do not have a Honda City car. The sample in this study is the potential consumers Honda City car and customers who do not have a Honda City car in Bandung amount one hundred people taken by purposive sampling. Collection data is done by questionnaires.

Results of the multiple regression analysis, $Y = 4.036 + 0.302 X_1 + 0.245 X_2$. From the regression equation suggests that, variable product (X_1) has a positive influence on buying interest (Y) of 0.302. Variable price (X_2) has a positive influence on buying interest (Y) of 0.245.

Indicates t-test results prove that the t value for the variable price (X_1) = 2,190; variable product (X_2) = 2.703 for the variables showed significant price and product are 0.031 and 0.008 (<0.05), this means that the effect of the product and interest rates to buy honda city is significant. Coefficient of determination (R^2) is 0.241 means the ups and downs of buying interest variation is influenced by the variation of the variable product (X_1) and price (X_2) jointly 24.1% while 75.9 % influenced by other factors.

Key words: Product, Price, Buy Interests

ABSTRAK

Banyaknya merk-merk mobil sekarang ini, membuat konsumen memperoleh banyak pilihan sebelum memutuskan untuk membeli mobil. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Produk dan Harga terhadap minat beli mobil Honda City.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah calon konsumen Mobil Honda City & belum memiliki mobil Honda City. Sampel dalam penelitian ini adalah calon konsumen Mobil Honda City dan belum memiliki mobil Honda City di Bandung sejumlah 100 orang yang diambil secara purposive sampling. Pengumpulan datanya dilakukan dengan kuesioner.

Hasil analisis regresi berganda yaitu, $Y = 4,036 + 0,245X_1 + 0,302X_2$. Dari persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa, variabel produk (X_1) mempunyai pengaruh positif terhadap Minat beli (Y) sebesar 0,302. Variabel harga (X_2) mempunyai pengaruh positif terhadap Minat beli (Y) sebesar 0,245.

Hasil uji t membuktikan Menunjukan bahwa nilai t hitung untuk variable Harga (X_1) = 2.190; variable produk (X_2) = 2.703 menunjukan untuk variabel harga dan produk signifikan adalah 0,031 dan 0,008 ($< 0,05$), hal ini berarti bahwa pengaruh produk dan harga terhadap minat beli honda city adalah signifikan. Nilai koefisien koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,241 artinya variasi naik turunnya minat beli dipengaruhi oleh variasi dari variable produk (X_1) dan harga (X_2) secara bersama-sama 24,1% sedangkan 75,9% dipengaruhi faktor lain.

Kata-kata kunci :Produk , Harga, Minat Beli

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	12
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN	
PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 VARIABEL DEPENDEN (Y).....	14

2.1.1 Minat Beli	14
2.2 VARIABLE INDEPENDEN (X)	18
2.2.1 Bauran Pemasaran	18
2.2.2 Produk	18
2.2.3 Harga	24
2.3 Rerangka Teoritis	31
2.4 Rerangka Pemikiran	32
2.5 Hipotesis Penelitian	33
2.5.1 Pengembangan Hipotesis	33
2.6 Model Penelitian	34
2.6.1 Model Penelitian	34
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1.1 Jenis Penelitian.....	35
3.2.1 Definisi Operasional.....	36
3.3.1 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan sampel, dan ukuran sampel.....	38
3.4.1 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5.1 Uji Instrumen Data.....	40
 BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN	
4.1 Karakteristik Responden.....	45
4.1.1 Karakteristik Responden berdasarkan Umur	45

4.1.2 Karakteristik Responden berdasarkan	
Jenis Kelamin	46
4.1.3 Karakteristik Responden berdasarkan	
Tingkat Pendapatan Per bulan	46
4.2 Hasil Uji Hipotesis Penelitian	47
4.3 Hasil Uji Validitas & Reliabilitas	48
4.3.1 Hasil Uji Validitas	49
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	50
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	52
4.4.1 Uji Outliers.....	52
4.4.2 Uji Normalitas.....	53
4.4.3 Uji Multikolinearitas.....	53
4.4.4 Uji Heteroskedastisitas.....	54
4.5 Analisis Regresi Liner Berganda.....	56
4.6 Koefisien Determinasi (R^2)	58
4.6.1 Uji -T	58
4.6.2 Uji-F	60
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Keterbatasan Penelitian	62
5.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel I	Tabel unit penjualan otomotif di Indonesia.....	8
Tabel II	Data penjualan jenis-jenis produk Honda	9
Tabel III	Data penjualan produk honda beserta penjualan pesaingnya	10
Tabel IV	Minus pada Jenis Mini Sedan Honda city	11
Tabel V	Definisi Operasional Variabel	37
Tabel VI	Persentase karakteristik responden berdasarkan umur N = 100.....	45
Tabel VII	Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin N = 100	46
Tabel VIII	Persentase Responden Berdasarkan tingkat pendapatan per bulan N = 100	47
Tabel IX	Uji KMO	49
Tabel X	Uji CFA	49
Tabel XI	Uji Reliabel Variabel Harga (H).....	50
Tabel XII	Uji Item-Total Statistics Variabel Harga (H).....	50
Tabel XIII	Uji Reliabel Variabel Produk (P).....	50
Tabel XIV	Uji Item-Total Statistics Variabel Produk (P).....	51
Tabel XV	Uji Reliabel Variabel Minat Beli (MB).....	51
Tabel XVI	Uji Item-Total Statistics Variabel Minat Beli (MB).....	52
Tabel XVII	Uji Outliers	52
Tabel XVIII	Uji Normalitas	53

Tabel XIX Uji Multikolinearitas.....	54
Tabel XX Uji Heterokedastisitas.....	55
Tabel XXI Hasil Persamaan Regresi	57
Tabel XXII Besar Pengaruh.....	58
Tabel XXIII Hasil Uji-thitung.....	59
Tabel XXIV Hasil Uji Fhitung.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar I Indikator Produk	24
Gambar II Indikator Harga	30
Gambar III Kerangka Teoritis	31
Gambar IV Rerangka Pemikiran	32
Gambar V Model Penelitian	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuesioner Penelitian.....	66
Lampiran Tabulasi Data.....	72
Lampiran Validitas & Reliabilitas.....	77
Lampiran Asumsi Klasik.....	100
Lampiran Hasil Uji Analisis Regresi.....	102