

ABSTRACT

Ford has release the new generation product, All New Ford Focus. PT Ford Motor Indonesia (FMI) was receives total order of 150 units for new product of All New Ford Focus in a month only. Reward for the new product is Best Medium Sedan Award.

The study intends to find out how the buy interest toward the new product and price in Bandung city. It is useful to the management in evaluation and proper innovation as well as continuation to improve of product quality with available price and suitable to the customer interest in buying.

This research is descriptive and verification. Sampling technique used is non-probability. The sample involved in research of 100 respondents. It is selected by the customer who interesting on All New Ford Focus and have one around the Bandung city. Data collected by interview, online data, literature study, observation, and questionnaire. The hypothesis of research tested by F-test and t-test with data processing is statistically.

By the result it is shows that score of coefficient correlation (r) of 0.782. It is concluded that there is significant correlation between products (X1), price (X2) to the buying interest (Y). the simultaneously influence shown in score of determination coefficient of 0.612 or 61.2%, which it means that variable of buying interest is 61.2% under product and price variables, while the remains of 0.388 or 38.8% of buying interest variable described by unobserved variable one.

Keywords: Product, Price, and Buying Interest

ABSTRAK

Perusahaan Ford mengeluarkan generasi terbaru yakni All New Ford Focus. PT Ford Motor Indonesia (FMI) telah menerima pesanan 150 unit produk terbaru Ford yakni All New Ford Focus dalam waktu kurang dari sebulan. Salah satu penghargaan All New Ford Focus adalah pemenang *Best Medium Sedan*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar minat beli terhadap produk dan harga mobil tipe sedan All New Ford Focus di kota Bandung. Penelitian ini berguna bagi perusahaan untuk melakukan evaluasi dan inovasi yang tepat serta berkelanjutan dalam segi peningkatan kualitas produk dengan harga yang terjangkau dan sesuai dengan minat beli konsumen mobil di kota Bandung.

Jenis dari penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *non probability sampling*. Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil sebanyak 100 responden. Responden yang dipilih adalah responden yang berminat membeli mobil tipe sedan All New Ford Focus atau memiliki mobil tipe sedan All New Ford Focus yang berada di kota Bandung. Data dikumpulkan dengan cara melakukan wawancara, sumber-sumber data online, studi pustaka, observasi dan kuesioner. Hipotesis penelitian diuji dengan uji-F dan uji-t yang pengolahan datanya menggunakan alat bantu statistik.

Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,782. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap minat beli (Y). Pengaruh simultan ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi yaitu sebesar 0,612 atau sekitar 61,2%, artinya variabel minat beli dapat dijelaskan sebesar 61,2% oleh variabel produk dan harga, sisanya sebesar 0,388 atau 38,8% variabel minat beli dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci : Produk, Harga dan Minat Beli