ANALISIS KESUKSESAN PRODUK KENDARAAN BERMOTOR RODA EMPAT
Yelinda Selvyana, Ir. Subagyo, PhD, IPU, ASEAN Eng
Universitas Gadjah Mada, 2008 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

INTISARI

Pada penelitian ini dilakukan penentuan produk sukses pada sedan premium dan menganalisis karakter kesuksesannya. Pada segmen sedan premium terdapat lima pemain utama dalam beberapa terakhir yaitu Mercedes Benz, BMW, Lexus, Jaguar, dan Audi.

Kesuksesan produk ditandai dengan indikator kinerja bisnis yaitu besarnya *market share* sedan premium pada pasar Indonesia. Indikator tersebut menjadi awal analisis bagi faktor-faktor persaingan ketiga merek yaitu kinerja aktual atribut produk, persepsi pelanggan serta faktor-faktor persaingan pendukung lain yaitu jaringan dealer resmi ATPM, dan *time to market*. Data persepsi pelanggan diperoleh berdasarkan survei kepuasan pelanggan ketlima merek sedan premium sejumlah 35 responden Jakarta dengan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat kesalahan 10%.

Ditinjau dari faktor kinerja bisnis, kinerja produk, persepsi konsumen, dan faktor persaingan pendukung maka Mercedes Benz S350 muncul sebagai produk sukses kendaraan bermotor roda empat segmen sedan premium. Sebagai produk sukses, dapat disimpulkan pula karakteristik kesuksesan produk tersebut yang membedakannya secara signifikan dibanding pesaingnya yaitu, (1) *Brand value* yang tinggi membuat Mercedes S350 sukses bersaing melalui *emotional value*. (2) *High personal luxury experience* berupa hiburan bagi pengguna saat berada didalamnya. (1) *Time to Market*, (2) kecepatan peluncuran *brand* yang lebih dari 100 tahun berada di Indonesia menjadi keunggulan bagi Mercedes Benz S350. *Aftersales Service* yang unggul baik secara aktual maupun dimata konsumen.

Berdasarkan karakteristik produk sukses diatas terbukti bahwa yang menjadi pertimbangan dominan dalam pembelian produk sedan premium tidak hanya pada *functional value*. Dengan tidak adanya faktor *mean function* dalam karekteristik kesuksesan produk, pengaruh atribut yang bukan *mean function* mendominasi karakteristik kesuksesan produk sedan premium motor skutik secara umum. Berdasarkan sinergi dari beberapa faktor tersebut membuat Mercedes S350 unggul dalam persaingan dan menjadikannya *market leader*.

Kata kunci: produk sukses, *market share,* kinerja produk, persepsi produk.