

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan produk sukses *hatchback* medium yang ada di Indonesia, serta mengetahui faktor pendukung kesuksesan berdasarkan kesesuaian atribut, strategi dan citra produk dengan tingkat kepentingan kebutuhan konsumen. Pengukuran kesuksesan produk diukur dengan menggunakan indikator kinerja usaha produk dan dilengkapi dengan analisis kinerja aktual produk dan persepsi konsumen.

Berkembangnya pasar *hatchback* di Indonesia, mendorong para produsen mobil untuk meluncurkan produknya pada pasar ini. Sejak tahun 2006 sampai 2008 persaingan pasar *hatchback* medium dikuasai oleh Honda Jazz, Toyota Yaris dan Suzuki Swift. Berdasarkan analisis kinerja usaha diperoleh bahwa Honda Jazz mengungguli kedua pesaing utamanya pada hasil perbandingan penjualan dan pangsa pasar sesuai dengan siklus pertumbuhannya, sehingga dapat diketahui bahwa Honda Jazz merupakan produk *hatchback* medium paling sukses.

Hasil analisis kinerja aktual produk dan persepsi konsumen dengan menggunakan metode *Analitychal Hierarchy Process* (AHP), menunjukan bahwa Honda Jazz muncul sebagai produk paling sukses dari berbagai aspek tersebut. Keunggulan Honda Jazz terletak pada sebagian besar atribut produk dan memiliki tingkat kepentingan yang tinggi bagi kebutuhan konsumen, dengan faktor keunggulan yang dominan yaitu Time to Market, perawatan dan Desain.

Kata kunci: kesuksesan produk, *hatchback* medium, analisa faktor kesuksesan produk, AHP.