

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan produk sukses dan menganalisis karakteristik kesuksesan produk *netbook*. Obyek *netbook* yang diteliti adalah Produk Acer Aspire One D250, EEE PC 1000HE, HP mini 110, Ideapad S10, Inspiron Mini 10, MSI Wind U100, Aspire One A150, Aspire one D150, Joybooklite U101, Inspiron Mini 9, MSI Wind U90, Samsung N110, HP mininote 2133, dan samsung Mini NB100. Pemilihan produk berdasarkan segmentasi pasar produk *netbook* yang tersedia di pasar indonesia dalam kurun waktu tahun 2008 sampai dengan 2009.

Produk sukses ditentukan berdasarkan dua indikator yakni *market share* dan pendapatan penjualan produk *netbook*. Setelah itu dilakukan analisis faktor penyebab kesuksesan dengan mengevaluasi kinerja atribut produk, persepsi konsumen, dan faktor pendukung kesuksesan lainnya dengan menggunakan kanvas strategi. Hasil dari analisis tersebut kemudian dilihat korelasinya terhadap nilai tingkat kesuksesan produk.

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh obyek produk yang menjadi produk sukses adalah Acer Aspire One D250. Sebagai produk sukses, dapat disimpulkan bahwa karakter kesuksesan produk yang membedakan dengan kompetitornya, memiliki hubungan korelasi yang positif terhadap tingkat kesuksesan adalah 1) Performansi spesifikasi inti yang lebih unggul, dalam penempatan kapasitas penyimpanan data maksimum yaitu sebesar 250GB dan daya tahan baterai yang lebih lama. 2) Kelengkapan fitur konektivitas yang meliputi tersedianya *USB port*, *card reader*, *bluetooth*, modem, Wifi, dan LAN yang lebih baik dari masing-masing kompetitornya,

Kata kunci: produk *netbook*, *market share*, kanvas strategi, korelasi, fitur konektivitas