

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan produk sukses dan menganalisis karakter kesuksesan *Mountain Bike* jenis *Cross Country (XC)* kelas menengah keatas yang sedang marak digunakan beberapa tahun terakhir. Pada penelitian ini, segmen pasar *mountain bike* kelas harga menengah keatas dibatasi pada merek yang memiliki jaringan resmi di Indonesia, antara lain: Polygon, Specialized, Giant, Kona dan Scott.

Analisis kesuksesan produk *mountain bike* jenis *cross country (XC)* kelas menengah keatas dilakukan dengan dua aktivitas utama yaitu: penentuan produk sukses dan penentuan faktor penyebab kesuksesan produk. Penentuan produk sukses dilakukan berdasarkan indikator *objective market acceptance* yaitu: *market share* dan pendapatan penjualan. Produk sukses yang telah ditentukan, selanjutnya dianalisis faktor penyebab kesuksesannya 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 tingkatan kesuksesan.

Berdasarkan hasil analisis, obyek penelitian yang menjadi produk sukses adalah Giant XTC. Sebagai produk sukses, dapat disimpulkan bahwa karakter kesuksesan produk tersebut adalah perangkat penggerak, berat keseluruhan, persepsi merek, dan umur merek. Sedangkan faktor-faktor yang berkorelasi cukup tinggi dengan tingkat kesuksesan adalah persepsi merek dan umur merek.

Kata kunci: *mountain bike* kelas harga menengah keatas, produk sukses, kanvas strategi, korelasi.