

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model matematis *customer relationship* pada kanvas model bisnis untuk produk *simcard*. Model dibangun menggunakan data 16 produk *simcard* yang ada di Indonesia. Indikator yang diukur dalam penelitian ini adalah *market share* dari setiap produk *simcard*.

Pengembangan model matematis dilakukan dengan menggunakan metode model Kano. Pengembangan menggunakan model Kano dengan mengorganisasikan variabel *customer relationship* ke dalam tiga kelompok utama model Kano yaitu *must-be*, *one-dimensional* dan *attractive*. Selanjutnya, model yang dihasilkan akan digabungkan dengan model kesuksesan produk *value proposition* yang sudah dibuat sebelumnya.

Model matematis *customer relationship* yang dipilih dari penelitian ini adalah model yang dibangun dengan metode model Kano. Model terpilih memiliki R^2 sebesar 74,894% dan R^2 validasi model sebesar 76,607%. Model tersusun dari 3 variabel yang dikelompokkan sesuai dengan komponen utama model Kano. Kelompok *one dimensional* terdiri dari *customer acquisition program*. Kelompok *attractive* terdiri dari *customization program*, dan *add-on selling*.

Kata Kunci: model matematis, *customer relationship*, produk *simcard*, model Kano