



## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk membangun model matematis hubungan antara kualitas dan kesuksesan produk kendaraan bermotor roda empat. Kualitas merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih produk. Meski begitu, tidak ada jaminan produk yang berkualitas akan sukses di pasar. Hal ini menjadi penting mengingat nilai investasi yang tidak sedikit untuk meningkatkan kualitas produk.

Penelitian dilakukan terhadap 74 tipe kendaraan dari 14 merek. Nilai *market share* dipilih sebagai indikator kesuksesan produk. Variabel kualitas yang dilibatkan adalah *performance*, *durability*, *versatility*, *extra feature*, dan *ease of use*. Variabel non-kualitas yang ikut dilibatkan adalah *serviceability*, *maintenance*, *price*, *brand*, dan *time to market*. Variabel-variabel tersebut kemudian dikelompokkan dengan model Kano dan digunakan untuk membangun model. Model yang telah dibangun kemudian dilakukan uji determinasi. Hasil uji determinasi digunakan untuk memilih model dengan kemampuan prediksi tertinggi. Langkah terakhir adalah validasi silang dengan data *test set*.

Model yang dihasilkan dari penelitian ini memiliki tingkat keakuratan sebesar 41.7%. Variabel *performance* dan *durability* tergolong dalam kelompok *attractive*, sedangkan variabel *extra feature* tergolong dalam kelompok *one-dimensional*

**Kata Kunci :** Model Kano, Kesuksesan Produk, Kualitas Produk