



Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model matematis prediksi kesuksesan produk. Model digunakan untuk produk secara umum, baik barang maupun jasa. Model yang diperoleh sangat bermanfaat untuk perancangan produk dan berbagai pihak yang terkait dengan produk tersebut.

*Model dibangun dari 29 grafik kanvas strategi beragam industri. Penelitian diawali dengan melakukan standarisasi, yaitu dengan menyeragamkan interval kanvas dan deskripsi faktor sukses. Faktor sukses dikelompokkan berdasarkan orientasi fungsional-emosional produk yang menghasilkan 66 data set. Data set dibangun berdasarkan konsep inovasi nilai, yaitu setiap data set terdiri dari satu faktor harga, satu faktor inovasi dan satu faktor indikator kesuksesan. Model matematis diperoleh dengan estimasi parameter data set sesuai bentuk datanya. Metode estimasi yang digunakan adalah Ordinary Least Square (OLS) dan Maximum Likelihood Estimator (MLE). Model matematis yang berhasil dibangun harus memenuhi dua syarat signifikansi ($\alpha=0.05$). Syarat pertama yaitu signifikansi model yang diuji dengan One Way Analisis of Variance (ANOVA) dan analisis Hosmer and Lemeshow. Syarat kedua yaitu signifikansi koefisien yang dianalisis dengan uji *t* dan uji wald. Pemilihan model dilakukan berdasarkan kemampuan prediksi dengan analisis R square Adjusted dan R square Nagelkerke.*

Penelitian ini berhasil membangun model dengan kemampuan prediksi diatas 70%, yaitu model emosional baru (74.1%), model fungsional kecepatan (73.1%) dan model fungsional kemampuan (70.8%).

Kata kunci: model prediksi, faktor sukses, perancangan produk.