

INTISARI

Mendesain aplikasi pesan instan yang disenangi oleh setiap penggunanya menjadi hal yang penting untuk dilakukan oleh pengembang aplikasi supaya produknya dapat bersaing dan sukses di pasaran. Kesuksesan produk dapat diprediksi dengan menggunakan model prediksi matematis. Penelitian ini bertujuan untuk membangun model prediksi kesuksesan aplikasi pesan instan. Dengan adanya penelitian ini, maka pengembang aplikasi dapat memprediksi kesuksesan aplikasi pesan instan yang mereka kembangkan.

Objek penelitian pada penelitian ini adalah aplikasi pesan instan yang digunakan oleh pengguna aplikasi di Indonesia. Penentuan indikator kesuksesan dilakukan dengan survei pengguna aktif aplikasi pesan instan. Pengguna aktif tersebut merepresentasikan pangsa pasar aplikasi pesan instan. Total 15 aplikasi terkumpul dari survei kemudian dibagi menjadi data pembangun model dan data validasi. Sepuluh aplikasi digunakan sebagai data pembangun model, sedangkan 5 produk digunakan sebagai data untuk validasi. Penentuan faktor kesuksesan diperoleh berdasarkan studi literatur yang diperoleh dari 17 sumber berbeda. Faktor-faktor yang dijadikan sebagai penyusun model adalah merek, fitur tambahan, tingkat ekspresivitas, kemudahan penggunaan dan kinerja aplikasi. Nilai dari setiap faktor didapatkan dari Google Play Store dan observasi setiap aplikasi pesan instan secara langsung.

Model dibangun dengan menggunakan metode kano dan menghasilkan *R-square* sebesar 80% dan kemampuan prediksi sebesar 79%. Model yang dihasilkan mengelompokkan faktor merek dan fitur tambahan pada *must-be requirements*, faktor tingkat ekspresivitas dalam *one dimensional*, serta faktor kemudahan penggunaan dan kinerja aplikasi dalam *attractive requirements*.

Kata Kunci: Kano, Kesuksesan Produk, Pesan Instan.

ABSTRACT

Designing mobile apps that favored by its users becomes an important thing to be done by the developer so that their products could face the competition of instant messenger and be successful in the market. The success rate of a product can be predicted using mathematical prediction models. This research aims to build predictive models of the successful application of instant messenger apps. Given this research, the apps developer can predict the success rate of their own instant messenger apps.

The object of research in this study is the instant messenger which used by the its users in Indonesia. A survey was conducted to determine the amount of active users of instant messenger. The active users represent the market share of instant messenger. A total of 15 applications collected from the survey then divided as model builders data and validation data. Ten applications are used as model builders, while the 5 products are used as for validation. A literature review from 17 different sources was conducted to determine the factors of success. The factors that used as the constituent of model are brand, augmented feature, expressiveness, ease of use and performance. The value of each factor were obtained from the Google Play Store and direct observation of each instant messenger object.

The model was built using the kano prediction model that produce R-square value at 80% and the predictive ability value equal to 79%. The resulting model classifies brand and augmented features into the must-be requirements, expressiveness into the one-dimensional, as well as the ease of use and apps performance into the attractive requirements.

Keywords: Kano, Product Success, Instant Messenger