



INTISARI

Mendesain aplikasi pendukung *m-commerce* yang banyak digunakan 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 pendukung *m-commerce*, khususnya *e-mall*. Dengan adanya penelitian ini, maka pengembang aplikasi dapat memprediksi kesuksesan aplikasi pendukung *m-commerce* yang mereka kembangkan.

Objek penelitian pada penelitian ini adalah aplikasi *e-mall* yang digunakan di Indonesia. Indikator kesuksesan yang digunakan adalah jumlah pengunduh dan *rating* aplikasi selama satu tahun. Sebanyak 10 produk digunakan sebagai data pembangun model, sedangkan 4 produk digunakan sebagai data validasi. Penentuan faktor kesuksesan diperoleh berdasarkan studi literatur yang diperoleh dari 29 sumber berbeda. Faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan, yang dijadikan sebagai penyusun model adalah kemudahan penggunaan, *brand*, fitur pendukung, kompetitif, dan kesesuaian. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi langsung pada tiap aplikasi, menyebar kuesioner, dan mencari data pada penyedia layanan *App Store Optimization*.

Model dibangun dengan menggunakan model kano. R^2 yang dihasilkan sebesar 79,8% dan validasi model sebesar 71,0%.

Kata Kunci: Model Kano, Kesuksesan Produk, *M-commerce*, *E-mall*



ABSTRACT

Designing m-commerce application that used by many people becomes an important thing to be done by the developer so that their products could face the competition of m-commerce activity 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 mobile commerce, especially e-mall. Given this research, the applications developer can predict the success rate of their own m-commerce application.

The object of research in this study is the e-mall which used in Indonesia. The success indicators that used in this research are the number of downloader and application rating. A total of 10 products are used as a data model builders, while 4 products are used as validation data. A literature review from 29 different sources was conducted to determine the factors of success. The factors that used as the constituent of model are ease of use, brand, support features, competitive, and compability. Data collection is done by direct observation on each applications, questionnaire and searching data on App Store Optimization service providers.

The model was built using Kano Model. The success model of e-mall application by using Kano resulted in 79,8% R^2 and validation model of 71,0%.

Kata Kunci: Kano Model, Product Success, M-commerce, E-mall