



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Diagram Pareto Hasil Survei Popularitas	54
Lampiran 2. Analisis Ekonomi Produk	55
Lampiran 3. Nilai <i>Intangible</i> Produk	90
Lampiran 4. Instrumen Survei Popularitas	94
Lampiran 5. Instrumen Survei <i>Brand</i>	95
Lampiran 6. Instrumen Survei Kualitas	97
Lampiran 7. Nilai Kualitas Lukisan	98
Lampiran 8. Nilai Variabel <i>Brand</i>	102
Lampiran 9. Nilai Variabel Jenis Produk	106
Lampiran 10. Data Pembangun Model	109
Lampiran 11. Data Validasi Model	113
Lampiran 12. Model MLR	113
Lampiran 13. Model Kano Pengelompokan Variabel X <sub>1</sub>	117
Lampiran 14. Model Kano Pengelompokan Variabel X <sub>2</sub>	121
Lampiran 15. Model Kano Pengelompokan Variabel X <sub>4</sub>	125
Lampiran 16. Model Kano 2	129
Lampiran 17. Validasi Model	134



## INTISARI

Penentuan harga tepat pada produk menjadi salah satu cara untuk memperoleh profit yang lebih banyak bagi perusahaan. Namun hal tersebut merupakan hal yang kompleks dan sulit karena pemberian harga yang terlalu tinggi akan menyebabkan produk tidak laku terjual, sebaliknya, apabila pemberian harga terlalu rendah maka perusahaan kehilangan kesempatan untuk mendapatkan lebih banyak profit. Pemberian harga harus sesuai dengan nilai/*value* yang dirasakan konsumen, yaitu nilai *intangible*. Penelitian ini bertujuan untuk membangun model prediksi nilai *intangible* guna penentuan harga produk. Dengan adanya prediksi ini maka perusahaan dapat dengan tepat menentukan harga produknya berdasarkan nilai *intangible* pada produk.

Pada penelitian ini digunakan produk dengan harga tepat sebagai objek penelitian yaitu sebanyak 162 produk. Penyeleksian produk harga tepat dilakukan dengan menggunakan survei popularitas dan data penjualan produk. Pada penelitian ini, produk yang digunakan sebagai objek penelitian meliputi produk *convenience*, *shopping*, *specialty* dan *unsought*. Sebanyak 152 produk digunakan untuk membangun model matematis dan 10 produk untuk memvalidasi model. Model matematis prediksi nilai *intangible* produk memiliki tiga variabel yaitu biaya produksi, *brand* dan jenis produk. Data nilai *intangible* dan biaya produksi didapatkan dari data keuangan perusahaan, data *brand* didapatkan dari nilai *top brand index* (TBI) sedangkan data jenis produk diperoleh dengan mengevaluasi klasifikasi produk tersebut.

Model dibangun dengan menggunakan dua metode yaitu *multiple linear regression* dan model Kano. Model matematis terbaik untuk menghitung nilai *intangible* diperoleh dari model yang dibangun menggunakan model Kano dengan nilai  $R^2$  sebesar 85,11% dan kemampuan prediksi 93,65%. Model matematis ini dapat digunakan untuk memprediksi harga produk dengan jenis produk *convenience*, *shopping*, *specialty* dan *unsought*.

**Kata Kunci:** Nilai *Intangible*, Penentuan Harga Produk, Model Kano, *Multiple Linear Regression*