



## INTISARI

Strategi pertama yang dilakukan dalam meluncurkan produk baru adalah mendefinisikan batasan-batasan pasar yang ada. Untuk mendefinisikan batasan pasar yang harus dilakukan adalah melakukan segmentasi pasar. Segmentasi pasar bisa membantu perusahaan untuk mengenali karakteristik calon konsumen pemakai produk melalui faktor-faktor yang mempengaruhi segmentasi. Dengan demikian dibutuhkan acuan untuk dapat mengetahui kesuksesan segmentasi produk yang dilakukan agar perusahaan bisa mempertimbangkan beberapa faktor yang terpilih dalam melakukan segmentasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model matematis kesuksesan segmentasi produk yang terdiri dari faktor-faktor demografi. Selain itu penelitian ini juga memberikan gambaran agar dalam segmentasi tidak hanya mempertimbangkan faktor NJOP saja. Indikator kesuksesan adalah tingkat penjualan produk di suatu wilayah dibandingkan dengan wilayah lain.

Pengembangan model segmentasi produk ini dibangun menggunakan model *multiple linier regression* dan model Kano. Pada kedua model, faktor-faktor yang digunakan adalah dengan mempertimbangkan faktor NJOP, demografi, dan demografi + NJOP. Pada model Kano, faktor yang mempengaruhi kesuksesan tersebut dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu *must be*, *one dimensional*, dan *attractive*. Dari faktor-faktor yang digunakan tersebut nantinya bisa diketahui faktor apa saja yang mempengaruhi segmentasi produk selain menggunakan faktor NJOP.

Model kesuksesan produk yang terpilih pada penelitian ini adalah model yang dibangun dengan menggunakan Kano. Model ini memiliki kemampuan prediksi sebesar 89,13% dengan menggunakan gabungan faktor demografi + NJOP sebagai faktor yang berpengaruh terhadap segmentasi produk.

Kata kunci : segmentasi produk, model Kano, model *multiple linier regression*, kesuksesan produk



## ABSTRACT

A strategy that can be implemented by a company to launch a new product to the market is defining the clear boundary in the market, or in the word, product segmentation. The strategy can help a company to understand the characteristic of consumer in a certain segment through the factors that affect segmentation. Therefore, it is needed to find a base for knowing the success of segmentation so that a company can consider several chosen factors in the making of segmentation.

The aim of the research is to develop a mathematical model of the success segmentation that consists of several demographic factors. This research also show that the factor that considered in segmentation isn't only NJOP but also other factors. The indicator of success segmentation is the product sale in a certain area.

The model development has been done by using *multiple linier regression* and Kano's model. In those model using certain factors, there are NJOP, demographics factors, and demographics + NJOP factors. In Kano's model the factors were divided into 3 groups, those are *must be*, *one dimensional*, and *attractive*. The best model in this research is the model which is build by Kano's model. This model has 89,13% prediction ability and the factors which included in the model are combination demographics factors + NJOP.

Keywords : product segmentation, Kano's model, multiple linier regression model, product success