

INTISARI

Industri layanan telekomunikasi berbasis internet merupakan industri dengan tingkat persaingan yang ketat dan terus mengalami perkembangan yang sangat cepat. Perusahaan penyedia layanan telekomunikasi berlomba-lomba memperluas layanan dengan meningkatkan pembangunan infrastruktur jaringan internet untuk merebut potensi penjualan yang tinggi. Peluang kesuksesan produk layanan telekomunikasi perlu diukur untuk mengetahui segmen pasar yang potensial. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan sebuah model yang dapat digunakan untuk memprediksi kesuksesan produk layanan IndiHome. Model dibangun dengan menggunakan 10 wilayah/kluster dan 3 wilayah/kluster yang digunakan untuk memvalidasi model. Indikator kesuksesan produk yang digunakan adalah persentase pembelian.

Pengembangan model prediksi kesuksesan produk dilakukan dengan metode *Multiple Linear Regression* dan Kano. Pengembangan model *Multiple Linear Regression* dilakukan dengan mengelompokkan variabel-variabel kedalam persamaan linier terhadap nilai prediksi persentase pembelian. Sementara, pengembangan model matematis Kano membagi faktor kesuksesan menjadi 3 kelompok utama, yaitu: *must-be requirement*, *one-dimensional requirement*, dan *attractive requirement*. Pemilihan model dilakukan berdasarkan nilai R^2 dan kemampuan prediksi yang dihasilkan.

Model prediksi kesuksesan produk terbaik yang dipilih dari penelitian ini adalah model *Multiple Linear Regression*. Model terpilih menghasilkan R^2 model sebesar 84,54% dan R^2 validasi sebesar 71,86%. Model ini menggunakan 12 variabel, yaitu: jenis kelamin (X_1), usia (X_2), status perkawinan (X_3), aktivitas (X_4), pekerjaan (X_5), IndiHome dalam keluarga (X_6), pendidikan terakhir (X_7), *bandwidth* (X_8), paket internet (X_9), harga (X_{10}), alasan berlangganan FTTH (X_{11}), dan alasan memilih IndiHome (X_{12}).

Kata Kunci: Kesuksesan Produk, *Multiple Linear Regression*, Model Kano

ABSTRACT

Internet-based telecommunications services industry is an industry with a tight competition and continue to experience a rapid development. Telecommunication service providers are competing to expand the service to promote the development of internet network infrastructure to seize the high sales potential. Success chances of telecommunication services product need to be measured to determine the potential market segments. This research aimed to develop a model that could be used to predict the success of a IndiHome services product. The model was built using 10 areas/ clusters and 3 areas/ clusters which were used to validate the models. The indicator of product success was the purchasing percentage.

The development of predictive models of the product success was conducted using Multiple Linear Regression and Kano method. Multiple Linear Regression model development was done by grouping the variables into a linear equation against the predictive value of the purchasing percentage. Meanwhile, development of Kano mathematical model split success factors into three main groups, i.e.: must-be requirement, one-dimensional requirements, and attractive requirements. Model selection was based on the R^2 value and the resulting prediction capability.

The best predictive model of the product success which was selected from this research was Multiple Linear Regression model. The chosen model produced R^2 model amounted to 84.54% and R^2 validation amounted to 71.86%. This model used 12 variables, i.e.: gender (X_1), age (X_2), marriage status (X_3), activity (X_4), job (X_5), IndiHome in the family (X_6), the latest education (X_7), bandwidth (X_8), internet package (X_9), price (X_{10}), the reason for subscribing FTTH (X_{11}), and the reason for choosing IndiHome (X_{12}).

Key Words: The Product Success, Multiple Linear Regression, Kano Model