

## INTISARI

Harga produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan kesuksesan produk. Namun pada kondisi aktualnya tidak semua produk memiliki harga yang tepat, hal tersebut ditandai dengan adanya produk yang gagal bertahan dipasar, sehingga penentuan harga perlu dipertimbangkan dengan matang. Penelitian ini bertujuan untuk memilih produk yang dengan harga tepat serta mengembangkan model matematis penentuan harga produk yang dapat digunakan baik untuk produk fungsional maupun produk pasca-fungsional.

Penentuan harga dimulai dengan melakukan pemilihan data harga tepat yang akan digunakan sebagai objek penelitian dalam pengembangan model matematis. Data yang digunakan dalam pemilihan harga merupakan data sekunder yang terdiri dari 173 produk. Pemilihan produk dibagi menjadi 2 bagian yaitu pemilihan produk untuk produk pasca-fungsional dan pemilihan produk fungsional. Dalam pemilihan produk pasca-fungsional digunakan metode Tukey untuk memilih data *outlier* dari data harga per ukuran lukisan pada setiap seniman, sedangkan untuk produk fungsional digunakan data penjualan dan survey popularitas untuk memilih produk dengan kategori harga tepat. Produk hasil pemilihan akan digunakan dalam membangun model matematis penentuan harga produk. Dengan menggunakan metode Kano model matematis penentuan harga produk dibangun. Pembangunan model juga mempertimbangkan variabel yang berkorelasi tinggi. Variabel yang mempunyai korelasi tinggi akan dihilangkan dengan harapan menghilangkan multikolinearitas dan menyederhanakan model.

Proses pemilihan data harga tepat menghasilkan jumlah data sebanyak 158 data objek penelitian, data tersebut akan digunakan dalam membuat model matematis penentuan harga. Model penentuan harga produk terbaik pada penelitian ini memiliki nilai  $R^2$  sebesar 74.16%,  $R^2$  adj 73.66% dan kemampuan prediksi sebesar 66.9%. Model tersebut memiliki tiga variabel yaitu variabel biaya, *brand* dan level seni.

**Kata Kunci** : Harga produk, Faktor *Intangible*, Model Matematis, Model Kano

## ABSTRACT

Product price is one of the factors that influence consumer decisions to buy and the success of the product. However, the real condition shows that not all products have the right price, it is shown by some products which fail to survive in the market. This makes pricing needs to be considered. This research aims to select the products with the right price and develop a mathematical model of product pricing that can be used for both functional and post-functional product.

Pricing begins with select right price data to be used as an object of research that is used to build the mathematical models. Data that used in selection data process consists of 173 products. Product selection process is divided into two parts, selection of products for post-functional products and product selection for functional products. In the post functional product selection, Tukey's method is used as a tool to select data price per size each paintings on each artist. While, product sales and product popularity survey is used to select product in functional product category. Products that pass the selection process will be used to build a mathematical model of products pricing. The method used in development of pricing model is a Kano model approach where every variables are grouped into three main Kano's components, such as must-be, one dimensional and attractive requirements. Construction of model also considers the highly correlated variabels. One of the variable that have a high correlation will be eliminated in the hope of eliminating multicollinearity and simplify the model.

The process of selecting the right price data generates 158 datas which are used as a sample data for develop a pricing model. The best mathematical model in this study has  $R^2$  value 74.16%,  $R^2$  adj 73.66% and prediction capability 66.90%. The model has three variables the variable, such as cost, brand and the level of art.

**Keywords:** Product Price, Intangible Factors, Mathematical Model, Kano Model