

PERANCANGAN STRATEGI PERBAIKAN UNTUK MENINGKATAN LOYALITAS KONSUMEN SMARTPHONE XIAOMI KELAS MID RANGE DENGAN METODE MARKOV CHAIN & QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)

Nama : Leonardo Dicaprio Layunwira

NRP : 160318084

ABSTRAK

Xiaomi merupakan salah satu *smartphone* dari China yang telah lama memasuki pasar Indonesia sejak 2014 yang dimana pada tahun tersebut Xiaomi telah mendominasi pasar dan berada pada posisi ketiga diseluruh dunia tetapi pada saat ini Xiaomi mengalami banyak penurunan dalam penjualan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pangsa pasar Xiaomi menggunakan *Markov Chain*, menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen, dan merancang usulan perbaikan menggunakan matriks *QFD* yaitu *House Of Quality* (HOQ) untuk meningkatkan loyalitas konsumen Xiaomi dan untuk mencegah perpindahan merk. Agar dapat mencapai tujuan tersebut maka dilakukan penyebaran kuisisioner terkait loyalitas dan perpindahan merek yaitu terkait *smartphone* yang digunakan saat ini, apakah pernah menggunakan Xiaomi atau tidak, dan *smartphone* yang digunakan sebelumnya kemudian dari hasil kuisisioner tersebut lalu akan diolah menggunakan metode *Markov chain* dimana hasil yang didapatkan yaitu pangsa pasar Xiaomi pada Periode I yaitu sebesar 35,71% tetapi turun pada periode ke II dimana pangsa pasar Xiaomi turun menjadi 21% dimana terjadi penurunan sebesar 14,71%, karena dari hasil penelitian banyak pelanggan Xiaomi yang berpindah ke merk lain dan untuk meningkatkan maka perlu dilakukan perbaikan menggunakan *Quality Function Deployment* (QFD) dengan cara membuat matriks HOQ (*House Of Quality*) maka didapatkan 4 rancangan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan Xiaomi yaitu Kerja sama dengan *Public Figure* dan Influencer, Peningkatan kualitas yang tahan jika jatuh dan spesifikasi produk yang perlu ditingkatkan yaitu sistem operasi dan kapasitas baterai serta juga kapasitas penyimpanan pada *smartphone* Xiaomi, Promosi harga dengan cara mencari bahan baku komponen yang lebih murah tetapi dengan kualitas yang masih tergolong bagus, dan Dengan memberikan bonus Mi watch atau *smartphone* limited edition dengan harga yang lebih murah tetapi hanya untuk customer yang melakukan transaksi dalam rentang 1 tahun. Dengan diberikannya usulan perbaikan ini diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan Xiaomi.

Kata kunci : Loyalitas pelanggan, *Markov chain*, QFD

DESIGNING IMPROVEMENT STRATEGIES TO INCREASE CUSTOMER LOYALTY OF MID RANGE XIAOMI SMARTPHONES USING MARKOV CHAIN & QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) METHOD

Name : Leonardo Dicaprio Layunwira

NRP : 160318084

ABSTRACT

Xiaomi is a smartphone from China that has been entering the Indonesian market for a long time since 2014, in which year Xiaomi dominated the market and was in third place worldwide, but currently Xiaomi is experiencing a major decline in sales. The aim of this research is to determine Xiaomi's market share using Markov Chain, analyze the factors that influence consumer loyalty, and design improvement using the QFD matrix, namely house of quality (HOQ) to increase Xiaomi consumer loyalty and to prevent brand switching. In order to achieve this goal, a questionnaire was distributed regarding loyalty and brand switching, namely regarding the smartphone currently used, whether you have ever used Xiaomi or not, and the smartphone previously used, then the results of the questionnaire will then be processed using the Markov chain method where the results What was obtained was that Xiaomi's market share in Period I was 35.71% but it fell in the II period where Xiaomi's market share fell to 21% where there was a decline of 14.71%, because from the research results many Xiaomi customers switched to other brands. and to improve it, improvements need to be made using Quality Function Deployment (QFD) by creating a HOQ (House of Quality) matrix, so we get 4 plans to increase Xiaomi customer loyalty, namely Collaboration with Public Figures and Influencers, Improving quality that will withstand drop tests and product specifications that need to be improved, namely the operating system, where tests need to be carried out regarding how often it can be used before a malfunction or error occurs on the smartphone, price promotions by looking for cheaper component raw materials but with still relatively good quality, and by giving bonuses for Mi watches or smartphones. limited edition with a cheaper price but only for customers who make transactions within 1 year. By providing these improvement proposals, it is hoped that Xiaomi customer loyalty will increase.

Keywords : Customer Loyalty, Markov chain, QFD