

ABSTRAK

Febby Ardilla, Nim:7203560005. Strategi Pengembangan Produk Melalui *Customer Journey* pada UD. Bona Ban Daur Ulang Sepeda Motor di Kota Pematang Siantar

Ban menjadi kebutuhan utama pada kendaraan. Dalam penelitian ini, ban daur ulang sepeda motor menjadi alternatif yang tepat untuk masyarakat yang membutuhkan ban murah dan berkualitas. Tetapi permasalahan yang terjadi pada produk Bona ban daur ulang sepeda motor adalah terdapat kawat ban pada bagian dalam ban, ban terasa tidak nyaman saat digunakan, dan terdapat beberapa tekstur ban yang keras. Untuk itu, tujuan dari penelitian ini adalah melakukan pengembangan produk dimulai dari strategi peningkatan kualitas, keistimewaan produk serta strategi peningkatan gaya produk. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan uji T untuk menghitung nilai sebelum dan sesudah strategi pengembangan produk dan *customer journey*. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, nilai sebelum dan sesudah strategi pengembangan produk $36.63 > 30.81$. Artinya, terdapat perubahan setelah dilakukannya strategi pengembangan produk. Sebelum strategi pengembangan produk, pengalaman pelanggan menunjukkan nilai 122.35, tetapi setelah dilakukan pengembangan produk nilai yang ditunjukkan pada *customer journey* sebesar 129.17. Artinya, konsumen menikmati perjalanan mereka saat membeli produk. Konsumen menikmati perjalanan mereka dimulai dari *Awareness, Consideration, Decision, Purchase, Loyalty*.

Kata kunci : *Ban daur ulang sepeda motor, Strategi Pengembangan Produk, Customer Journey*

THE
Character Building
UNIVERSITY

ABSTRACT

Febby Ardilla, Nim : 7203560005. *Product Development Strategy Through Customer Journey at UD. Bona Recycled Motorcycle Tires in Pematang Siantar City*

Tires are a primary necessity for vehicles. In this study, recycled motorcycle tires are a viable alternative for people who need affordable and high-quality tires. However, there are several issues with Bona recycled motorcycle tires, including the presence of tire wires on the inside of the tire, the tires feeling uncomfortable to use, and some hard tire textures. Therefore, the aim of this study is to develop the product starting from strategies to improve quality, product excellence, and product style enhancement strategies. This study uses a quantitative method with the T-test to calculate the values before and after the product development strategy and customer journey. Based on the calculations that have been carried out, the value before and after the product development strategy is $36.63 > 30.81$. Before implementing the customer experience product development, the value shown on the customer journey increased to 129.17. This indicates that customers are enjoying their journey when purchasing the product. Consumers enjoy their journey starting from Awareness, Consideration, Decision, purchase, Loyalty.

Keywords: Recycled motorcycle tires, Product development strategy, Customer journey

THE
Character Building
UNIVERSITY