

Abstrak

Produk merupakan kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dari konsumen. Berdasarkan sifat produksinya, produk akan mengalami suatu siklus hidup (*Life Cycle*) yaitu dimana produk akan melewati masa penarikan barang dan peluncuran produk baru. Sehingga perusahaan harus mempunyai strategi agar produk yang mereka luncurkan akan tetap bertahan di pasaran. Didalam tugas akhir ini akan disusun ulang model *Life Cycle* Produk tunggal dimana perusahaan dapat mengambil keputusan yang tepat untuk mengambil strategi pemasaran produk agar perusahaan terhindar dari kebangkrutan. Pencarian solusi dengan cara membandingkan hasil yang menggunakan data random rantai markov dengan hasil yang menggunakan data random keseluruhan.

Kata Kunci : Produk, *Life Cycle*, Rantai Markov