

## **ABSTRAK**

Masyarakat global dalam melakukan inovasi produk semakin kompetitif. Selain itu terdapat potensi Startup di Indonesia yang menjadi Telkom Indonesia membuat Divisi Khusus untuk fokus terhadap inovasi produk bernama Divisi Digital Service (DDS). Ditengah ancaman dan potensi yang berkembang, metodologi inovasi bisnis yang digunakan pelaku startup diperlukan karena ketidakpastian yang ekstrim dalam dinamika meluncurkan sebuah produk. DDS menggunakan metodologi Lean Startup dan membentuk model Customer Development dalam melakukan inovasi produk. Customer Development memiliki beberapa tahapan salah satunya Customer Validation dimana penulis melakukan penelitian customer validation terhadap minat beli karena saling berhubungan. Dalam hal ini, DDS akan melakukan launching produk Indicar sebagai new product dan dijadikan objek penelitian. Penelitian ini menggunakan populasi seluruh pengguna uji coba produk Indicar sebanyak 13 responden dengan sampel jenuh, non probability, dan regresi linier sederhana untuk menghitung pengaruh customer validation (X) terhadap Minat Beli (Y). Penelitian menyatakan Customer Validation berhubungan namun tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli sebanyak.

Kata Kunci: customer validation, minat beli, regresi linier sederhana, sampel jenuh.