

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN AIR MINUM DALAM KEMASAN CLEO

Nabila Najmi Qolbi 1¹ Nurhasanah 2¹
STIE Yasa Anggana Garut

ABSTRAK

Industri Air Minum Dalam Kemasan merupakan salah satu industri yang memiliki tingkat persaingan yang sangat tinggi. Dengan banyaknya produk sejenis di pasaran, konsumen dihadapkan pada alternatif pilihan dalam melakukan pembelian. Salah satu merek yang ikut bersaing dalam industri ini adalah Cleo. Lokus penelitian ini di PT Sentralsari Primasentosa Cabang Garut, dengan tujuan penelitian untuk mengetahui gambaran kualitas produk, kepuasan konsumen dan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk air minum dalam kemasan Cleo pada PT Sentralsari Primasentosa Cabang Garut. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif, sedangkan pengumpulan dengan penyebaran kuesioner, wawancara, observasi dan studi pustaka. Populasi dalam penelitian ini seluruh konsumen serta pelanggan PT Sentralsari Primasentosa Cabang Garut dengan sampel 68 orang, menggunakan teknik *sampling incidental*. Teknik analisis menggunakan uji korelasi, uji koefisien determinasi dan uji t. Hasilnya didapatkan nilai koefisien korelasi terdapat pengaruh “rendah” 0,388 dan nilai koefisien determinasi 15,1% sisanya 74,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji t diperoleh thitung (6,847) > t-tabel (1,295) dan nilai sig (0,000) < (0,1), sehingga dapat disimpulkan bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima. Artinya kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Air Minum Dalam Kemasan Cleo pada PT Sentralsari Primasentosa Cabang Garut.

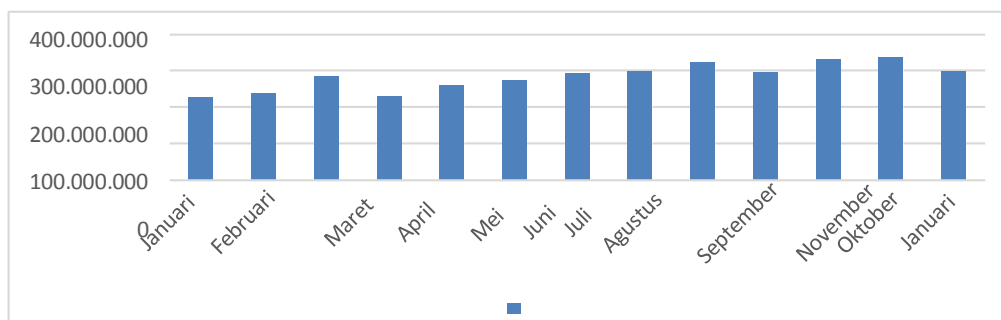
Kata Kunci: Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, PT Sentralsari Primasentosa Cabang Garut

PENDAHULUAN

Saat ini industri air minum dalam kemasan merupakan salah satu industri yang memiliki tingkat persaingan yang sangat tinggi. Dalam peraturan menteri perindustrian tentang persyaratan teknis industri Air Minum Dalam Kemasan Pasal 1 menjelaskan bahwa AMDK merupakan air yang telah diproses tanpa bahan pangan serta bahan tambahan pangan yang dikemas serta aman untuk diminum. Banyaknya air minum dalam kemasan yang beredar di masyarakat membuat konsumen mempertimbangkan merek air minum untuk dibeli, dimana masing-masing merek menawarkan keunggulan produknya yang menuntut para produsen harus cerdas dalam melihat keinginan konsumen saat ini.

Menurut Ketua Umum Aspadin, pada tahun 2020 terdapat 700 perusahaan AMDK di seluruh Indonesia (indonesia.go.id). Banyaknya air minum dalam kemasan yang beredar di masyarakat membuat para pengusaha AMDK ikut bersaing menawarkan kelebihan – kelebihannya. Banyak faktor yang perlu diperhatikan untuk mempengaruhi konsumen salah satunya kualitas produk di PT Sentralsari Primasentosa itu sendiri yang dapat diberikan oleh perusahaan, sehingga konsumen merasa terpuaskan.

Salah satu merek lokal yang terkenal dan ikut bersaing dalam industri Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) adalah PT. Sentralsari Primasentosa. PT. Sentralsari Primasentosa merupakan perusahaan yang mendistribusikan produk Air Murni Cleo ke seluruh Indonesia. Perlu diketahui bahwa merek ini memiliki ciri khas atau keunikan yakni merek galon pertama di Indonesia yang menggunakan handle serta bebas *bisphenol-A* (BPA Free) dan air minum kemasan botol smart 220 ml, botol kemasan terkecil dan teringan pertama di Indonesia.



Sumber: PT Sentralsari Primasentosa

Gambar 1.1
Grafik Penjualan PT Sentralsasi Primasentosa Periode 2022 – 2023

Berdasarkan pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa penjualan di PT Sentralsari Primasentosa tahun 2022 -2023 mengalami ketidakstabilan. Dimana pada bulan Januari 2022 sampai bulan Januari 2023 penjualan mengalami naik turun cenderung tidak stabil. Ketidakstabilan ini bisa jadi diakibatkan karena kurangnya kualitas produk yang diberikan kepada konsumen, sehingga para konsumen memilih produk lain yang lebih baik. Tetapi ada beberapa bulan yang jumlah penjualannya mengalami peningkatan pada kurun waktu tersebut yaitu pada bulan Maret, Juli, Agustus, September, November dan

Kejadian ini menjadi suatu tantangan bagi perusahaan agar terus berupaya mengkombinasikan keunggulan – keunggulan untuk terus menarik minat para konsumen, sekaligus mempertahankan konsumennya. Salah satunya yaitu dengan meningkatkan kepuasan konsumen. Untuk memperoleh informasi atau gambaran mengenai tanggapan konsumen atas kepuasan mereka terhadap produk air minum dalam kemasan cleo, maka dilakukan prasurvey pada kemasan cleo, pada tanggal 7 Maret 2023. Adapun hasil yang disajikan pada tabel 1.1.

Prasurvey yang dilakukan pada tanggal 7 Maret 2023 kepada tiga puluh konsumen Air Minum Dalam Kemasan Cleo terdapat beberapa Fenomena sebagai berikut :

Tabel 1.1
Tanggapan responden mengenai kepuasan konsumen Air Minum Dalam Kemasan Cleo

| No | Pernyataan | Jawaban | | Jumlah |
|----|---|---------|-------|--------|
| | | Ya | Tidak | |
| 1. | Produk Cleo rasanya enak | 16 | 14 | 30 |
| 2. | Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk | 19 | 11 | 30 |
| 3. | Sering menemukan kecacatan/ produk Cleo yang rusak | 14 | 16 | 30 |
| 4. | Penampilan/bentuk Cleo menarik | 9 | 21 | 30 |
| 5. | Akses untuk membeli Cleo mudah didapatkan | 16 | 14 | 30 |
| 6. | Memutuskan membeli produk Cleo kembali | 12 | 18 | 30 |
| 7. | Akan merekomendasikan produk Cleo kepada orang lain | 11 | 19 | 30 |

Sumber : Data diolah peneliti 2023

Berdasarkan Tabel 1.1 diperoleh informasi bahwa :

1. Produk Cleo dianggap tidak enak oleh 14 responden dari 30 responden yang di wawancara peneliti.
2. Menurut 16 responden Sering ditemukan kecacatan dalam produk air minum dalam kemasan Cleo
3. Menurut 21 responden menganggap bahwa penampilan/ bentuk Cleo tidak menarik.
4. 18 dari 30 responden memutuskan tidak membeli produk Cleo kembali
5. Dan 19 dari 30 responden memutuskan tidak akan merekomendasikan produk Cleo kepada orang lain.

Dapat disimpulkan dari tabel 1.1 mengenai *prasurvey* yang dilakukan kepada 30 konsumen air minum dalam kemasan cleo di PT Sentralsari Primasentosa, bahwa tingkat kepuasan konsumen yang sangat rendah sehingga PT Sentralsari harus bisa meningkatkan kepuasan konsumen dengan memperhatikan beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Sesuai dengan fenomena yang terjadi dilapangan, beberapa data yang telah dikumpulkan serta observasi yang telah dilakukan, ditemukan permasalahan yang menarik sehingga penulis menilai PT Sentalsari Prima Sentosa cocok dijadikan objek untuk diteliti serta topik penelitian yang diangkat dinilai sesuai dengan permasalahan yang ada dilokasi penelitian. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas produk pada PT Sentralsari Primasentosa cabang Garut, untuk mengetahui kepuasan pelanggan pada PT Sentraksari Primasentosa, untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller yang dikutip oleh Daga (2017:33), kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Dimana kualitas produk merefleksikan kekuatan produk guna melaksanakan fungsinya yang meliputi kehandalan, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, estetika dan lain sebagainya. Menurut Kotler dan Armstrong yang dikutip oleh Daga (2017: 37), Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapatkan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen.

Menurut Runtuwun dan Oroh yang dikutip oleh Umami dkk (2019:251), kualitas produk adalah sebuah

kemampuan dari suatu produk dalam rangka melaksanakan sebuah fungsi yang meliputi kehandalan, daya tahan, kemudahan operasi, ketepatan, kebaikan dari produk, ataupun sebuah atribut bernilai lainnya.

Berdasarkan beberapa definisi dapat diketahui bahwa kualitas produk adalah karakteristik keseluruhan barang, jasa, atribut maupun pemeliharaan barang yang terkait dengan kemampuan untuk melakukan fungsi, ketepatan, kebaikan, maupun nilai – nilai lain yang dapat memenuhi harapan pelanggan.

Kepuasan Konsumen

Menurut Umar yang dikutip oleh Indrasari (2019:82), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk dan jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Menurut Tjiptono yang dikutip oleh Indrasari (2019:92) berpendapat bahwa karena ada begitu banyak pelanggan yang menggunakan produk dan setiap pelanggan menggunakannya secara berbeda, sikap berbeda, dan berbicara secara berbeda. Pada umumnya program kepuasan memiliki beberapa indikator– indikator yakni:

1. Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan.
2. Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali melakukan pembelian ulang terhadap produk.
3. Kesediaan merekomendasikan dimana konsumen akan merekomendasikan suatu produk kepada orang lain jika produk yang dibeli sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi harapan mereka.

Teori Penghubung Antara Variabel X (Kualitas Produk) dengan Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

Kepuasan konsumen merupakan kunci untuk membangun hubungan yang menguntungkan dengan konsumen guna menjaga dan mengembangkan konsumen serta menuai nilai seumur hidup konsumen mereka. Penilaian itu akan menimbulkan kepuasan atau ketidakpuasan. Konsumen akan merasa puas apabila kualitas yang diberikan telah sesuai atau bahkan melebihi harapan mereka. Namun sebaliknya, apabila kualitas dari suatu produk yang diberikan kurang ataupun berada dibawah harapan dari konsumen, maka konsumen akan merasa kecewa (Afnina & Hastuti, 2018:2). Konsumen yang puas akan membeli produk tersebut kembali, membicarakan hal yang positif kepada orang lain mengenai produk tersebut, kurang memperhatikan produk dari merek pesaing serta membeli produk lainnya yang ditawarkan produk tersebut (Malau, 2018:3).

Ho : Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Sentralsari Primasentosa Cabang Garut

H1 : Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Sentralsari Primasentosa Cabang Garut

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Sugiyono (2019:16) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan filsafat *postivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka – angka dan analisis menggunakan statistik. Sedangkan metode penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2019:31) dapat diartikan sebagai gambaran lengkap tentang keadaan obyek yang diteliti.

Objek dalam penelitian ini adalah PT Sentralsari Primasentosa Cabang Garut. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, sedangkan pengumpulan data digunakan dengan penyebaran kuesioner, wawancara, observasi dan studi pustaka. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen serta pelanggan PT Sentralsari Primasentosa Cabang Garut dengan sampel berjumlah 68 orang dan menggunakan teknik *sampling incidental*.

Teknik analisis menggunakan uji korelasi *pearson product moment* untuk melihat seberapa kuat hubungan variabel X dan variabel Y, uji koefisien determinasi untuk melihat seberapa besar presentase variabel X memberikan sumbangan pengaruh pada variabel Y, dan pengujian hipotesis menggunakan uji t untuk mengetahui signifikansi secara parsial antara variabel X dan variabel Y.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kualitas Produk Pada PT Sentralsari Primasentosa Cabang Garut

Setelah mendapat jawaban dari responden maka dapat dipersepsikan bahwa kualitas produk air mineral Cleo melalui hasil *rating scale* sebesar 3.762 termasuk antara 4.080 dan 3.264 yang merupakan daerah sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk Air Minum Dalam Kemasan Cleo sudah baik dan konsumen dari PT Sentralsari Primasentosa

Cabang Garut memiliki kepuasan yang baik terhadap kualitas Air Minum Dalam Kemasan Cleo.

Dalam penelitian ini indikator yang sudah berjalan dengan baik melalui pengambilan perbandingan jumlah skor responden tertinggi. Adapun perbandingan indikator yang masih kurang melalui jumlah skor responden terendah. Berdasarkan hasil *rating scale* variabel kualitas produk untuk indikator yang sudah berjalan dengan baik memiliki nilai tertinggi yaitu indikator keandalan, dengan pernyataan “Air Mineral Cleo dapat menghilangkan rasa haus” dengan skor 310. Hal ini sejalan dengan teori Kotler dan Armstrong (2017:40) keandalan lebih menunjukkan probabilitas produk gagal menjalankan fungsinya atau kemungkinan kecil gagal. Dimana pada kasus ini berarti Cleo berhasil menjalankan fungsinya dengan baik dimana Cleo merupakan air mineral yang dapat memenuhi kebutuhan konsumennya yaitu menghilangkan rasa haus bagi para konsumen yang membelinya.

Adapun indikator yang sudah berjalan dengan baik namun memiliki skor yang lebih rendah dari skor indikator lain dengan pernyataan “air mineral Cleo memiliki bau/aroma tertentu” dengan skor 266. Hal ini dikarenakan dari beberapa responden menganggap bahwa air mineral Cleo memiliki bau/aroma.

Kepuasan Konsumen Pada PT Sentralsari Primasentosa Cabang Garut

Setelah mendapat jawaban dari responden maka dapat dipersepsikan bahwa kepuasan konsumen melalui hasil *rating scale* sebesar 3.659 termasuk antara 4.080 dan 3.262 yang merupakan daerah sangat setuju yang menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terhadap Air Minum Dalam Kemasan Cleo sudah baik. Hal ini menunjukkan tingginya tingkat kepuasan konsumen dan pelanggan PT Sentralsari Primasentosa Cabang Garut terhadap merek Air Minum Dalam Kemasan Cleo.

Dalam penelitian ini indikator yang sudah berjalan dengan baik melalui pengambilan perbandingan jumlah skor responden tertinggi. Adapun perbandingan indikator yang masih kurang melalui jumlah skor responden terendah. Berdasarkan hasil *rating scale* variabel kepuasan konsumen untuk indikator yang sudah berjalan dengan baik memiliki nilai tertinggi yaitu indikator kesesuaian harapan, dengan pernyataan “saya merasa produk Cleo memberikan maafaat yang memuaskan”.

Adapun indikator yang sudah berjalan dengan baik namun jika dibandingkan dengan beberapa indikator yang lain memiliki skor yang lebih rendah seperti pada indikator Minat berkunjung kembali dengan pernyataan “saya tidak beralih kepada produk lain selain Cleo”. Hal ini sejalan dengan teori menurut Kotler dan Keller yang dikutip oleh Indrasari (2019:82- 83) bahwa konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu jika kinerja (produk) dibawah harapan maka konsumen akan mersa kecewa, tetapi jika kinerja (produk) sesuai dengan harapan maka konsumen akan puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasa sangat puas dan gembira.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Sentralsari Primasentosa Cabang Garut

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada konsumen serta pelanggan PT Sentralsari Primasentosa Cabang Garut, koefisien korelasi *rank spearman* adalah sebesar 0,388. Korelasi 0,388 berada pada interval “lemah” karena berada pada titik 0,20-0,39, dan dari perhitungan $KD = 0,388^2 \times 100\% = 0,151$ atau 15,1% sedangkan sisanya sebesar 74,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti harga, citra merek produk, keputusan pembelian, rekomendasi teman/keluarga dan pengalaman pembelian sebelumnya. Artinya apabila kualitas produk positif maka tingkat kepuasan konsumen akan meningkat, begitu pula apabila kualitas produk negatif maka akan terjadi penurunan kepuasan konsumen. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Affina dan Hastuti (2018:2) bahwa “kepuasan konsumen merupakan kunci untuk membangun hubungan yang menguntungkan dengan konsumen guna menjaga dan mengembangkan konsumen. Konsumen akan merasa puas apabila kualitas yang diberikan telah sesuai atau bahkan melebihi harapan mereka”.

Kemudian dilakukan pengujian hipotesis menggunakan uji t diperoleh nilai t-hitung (6.847) > t-tabel (1,295) dengan nilai signifikan variabel kepuasan konsumen sebesar $0,012 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti kualitas produk (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada PT Sentralsari Primasentosa Cabang Garut. Berdasarkan hasil penelitian terdapat kausalitas atau hubungan yang erat mengenai indikator (X) terhadap (Y) bahwa kualitas produk dari produk Air Minum Dalam Kemasan Cleo dipandang baik oleh konsumen maupun pelanggan PT Sentralsari Primasentosa sehingga mendorong pelanggan ataupun konsumen untuk melakukan pembelian. Untuk memperkuat penelitian ini, hasil penelitian searah dengan penelitian terdahulu yang relevan yaitu penelitian oleh Halin yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus: semen Baturaja)” pada tahun 2018 yang menunjukkan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen produk semen Baturaja sebesar 26,5%, sedangkan sisanya sebesar 73,5% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Kualitas produk pada PT Sentralsari Primasentosa Cabang Garut sudah ada pada kategori “Sangat Setuju”. Berdasarkan hasil penelitian dari indikator yang diukur sudah ditanggapi dengan baik seperti

- indikator fitur, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, estetika, persepsi tentang produk. Diluar indikator yang sudah ditanggapi dengan baik, ada juga indikator yang masih belum optimal seperti kinerja yang melekat pada produk Cleo yaitu aroma/ bau dari produk air mineral Cleo.
2. Kepuasan konsumen pada PT Sentralsari Primasentosa Cabang Garut sudah ada pada kategori “Sangat Setuju”. Berdasarkan hasil penelitian dari indikator yang diukur sudah ditanggapi dengan baik seperti indikator kesesuaian harapan, kesediaan merekomendasikan. Diluar indikator yang sudah ditanggapi dengan baik, ada juga indikator yang masih belum optimal seperti indikator minat berkunjung kembali yang menunjukkan bahwa kepuasan yang baik belum tentu membuat konsumen loyal terhadap produk.
 3. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Air Minum Dalam Kemasan Cleo pada PT Sentralsari Primasentosa cabang Garut berdasarkan hasil analisa statistik dengan nilai koefisien korelasi terdapat pengaruh “lemah” yaitu sebesar 0,388 dan nilai koefisien determinasi sebesar 15,1% dan sisanya sebesar 74,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti harga, keputusan pembelian, minat beli, citra merek produk, rekomendasi teman/keluarga dan pengalaman pembelian sebelumnya.. Uji t diperoleh thitung (6.847) > t-tabel (1,295) dan nilai sig (0,000) < (0,1), sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diolak dan H_a diterima. Artinya kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Air Minum Dalam Kemasan Cleo pada PT Sentralsari Primasentosa Cabang Garut.

4.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka untuk selanjutnya peneliti akan memberikan

saran berdasarkan temuan hasil penelitian yang menunjukkan nilai rendah sehingga bisa

1. Berdasarkan hasil penelitian beberapa indikator yang belum optimal ditanggapi oleh responden mengenai kualitas produk antara lain, “air mineral Cleo tidak memiliki bau/aroma tertentu”. saran yang dapat diberikan peneliti yaitu PT Sentralsari Primasentosa Cabang Garut dapat memperhatikan kembali keluhan dari responden agar kepuasan konsumen lebih tinggi. Hal ini sejalan dengan pernyataan Indrasari (2019:82) bahwa “kepuasan konsumen sangat bergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri, faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen ketika membeli suatu barang atau jasa adalah kebutuhan atau keinginan yang dirasakan konsumen pada saat melakukan pembelian suatu barang atau jasa atau pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi barang atau jasa tersebut”.
2. Berdasarkan hasil penelitian beberapa indikator yang belum optimal ditanggapi oleh responden mengenai kepuasan konsumen antara lain, “saya tidak beralih kepada produk lain”. saran yang dapat diberikan peneliti yaitu PT Sentralsari Primasentosa Cabang Garut dapat memperhatikan kembali faktor apa yang membuat konsumen tidak loyal terhadap produk mereka. Hal ini sejalan dengan pernyataan Grace Felicia (2020:576) bahwa “konsumen yang tidak loyal bukan berarti ia tidak merasa puas tidak selalu berarti bahwa mereka tidak akan membeli produk berulang/ tidak beralih ke produk lain, karena melakukan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh diri sendiri maupun orang lain terlebih banyaknya industri/persaingan produk sejenis”.
3. Dilihat dari hasil penelitian bahwa hubungan antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT Sentralsari Primasentosa Cabang Garut terdapat hubungan yang berkorelasi signifikan, yang menunjukkan adanya pengaruh yang lemah antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan hal yang harus tetap dijaga dan harus ditingkatkan oleh perusahaan agar tujuan perusahaan dalam mencapai tujuan yaitu memperoleh laba bisa tercapai. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen maka perusahaan harus terus meningkatkan kualitas produk agar pelanggan ataupun konsumen yang sudah merasa puas dapat loyal terhadap perusahaan. Hal ini sejalan dengan pernyataan Kotler dan Keller (2021:44) bahwa “kepuasan pelanggan biasanya diebentuk menjadi sebuah pangsa pasar dan keuntungan, dan menjadi indikator yang penting. Salah satu untuk meningkatkan kepuasan konsumen salah satunya yaitu dengan meningkatkan kualitas produk”. Hal ini juga sejalan dengan pernyataan Malau (2018:3) bahwa “jika konsumen merasa puas dengan kualitas yang diberikan maka konsumen akan membeli kembali (loyal), membicarakan hal positif kepada orang lain dan kurang memperhatikan produk dari merek pesaing”
4. Mengingat dugaan masih banyak faktor lain selain kualitas produk yang mempengaruhi kepuasan konsumen, maka diharapkan padamas yang akan datang berbagai pihak dapat meneliti lebih lanjut masalah diluar topik penelitian ini seperti pengaruh citra merek, keputusan pembelian, harga, kualitas pelayanan, ataupun minat beli.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Daga, Rosnaini. 2017. Citra, kualitas Produk dan kepuasan pelanggan. Sulawesi Selatan. Penerbit : *Global Research And Consulting Institute*
- Kotler, Philip., and Gray Armstrong. 2017. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1.

Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip., dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 &2*.

Jakarta: PT. Indeks

Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Cetakan Ke-26*. Bandung: CV Alfabeta

. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta

Undang-undang dan Peraturan

Peraturan menteri perindustrian tentang persyaratan teknis industri Air Minum Dalam Kemasan Pasal 1 bahwa AMDK merupakan air yang telah diproses tanpa bahan pangan serta bahan tambahan pangan yang dikemas serta aman untuk diminum.

Jurnal-jurnal

Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21-30.

Agung, Anak., Luh, Ni. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Dan Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(1), 87-36

Umami, R., Rizal, A. & Sumartik. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe, 250-257.

Wantara, P., & Tambrin, M. (2019). The Effect of price and product quality towards customer satisfaction and customer loyalty on madura batik. *International Tourism and Hospitality Journal*, 2(1), 1-9.

Internet

<https://cleopurewater.com/> di akses 30 Januari 2023