

AMDK Customer Satisfaction Analysis At Perumda Tirta Medal Sumedang

Sukmayadi¹, Deno Hermawan²,

^{1,2}Universitas Sebelas April

sukmayadi.feb@unsap.ac.id, denohermawan012@gmail.com, ,

Article Info

Article history:

Received Aug 12,
2022

Revised Aug 20,
20xx

Accepted Aug 26,
20xx

Keywords:

*Bottled Drinking
Water (AMDK),
customer
satisfaction*

ABSTRACT (10 PT)

The occurrence of increasingly fierce competition in the Bottled Drinking Water (AMDK) industry, especially local products, makes customers prefer to choose products that suit their wants and needs. Perumda Tirta Medal Sumedang is a regional company engaged in the management, production and delivery of drinking water to the community that makes customer satisfaction its main priority. This research was conducted to determine customer satisfaction and efforts to increase customer satisfaction at Perumda Tirta Medal Sumedang using qualitative methods. The sampling technique used accidental sampling technique. Data obtained by the Miles and Huberman method through the process of data collection, data reduction, data presentation and drawing conclusions. The results of the research show that customer satisfaction at Perumda Tirta Medal Sumedang is already satisfied. This can be seen from the indicators of customer expectations which show that the products and services provided are as expected. Then the satisfaction seen from the indicator of interest in revisiting shows by providing services between products and providing the best service to customers, as well as the use of quality raw materials is considered quite satisfactory. Furthermore, satisfaction seen from visitors from the indicators recommend recommend also shows customers to recommend the AMDK Tirta Medal product to their relatives and friends because the service is considered good and the perceived benefits are very good for the health of the body because of the quality bottled drinking water.



Copyright © 2022 SINTESA. All rights reserved.

Corresponding Author:

*Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Jl. Angkrek Situ No. 19 Sumedang Utara Sumedang.
Email: sukmayadi.feb@unsap.ac.id*

INTRODUCTION

Pertumbuhan industri air minum dalam kemasan saat ini semakin banyak. Berbagai merk produk AMDK bermunculan seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat. Hal ini disebabkan karena air minum merupakan kebutuhan pokok yang sangat penting bagi manusia. Air minum dalam kemasan merupakan salah satu produk minuman instan yang beredar dipasaran dengan menawarkan berbagai macam keunggulan dan manfaat. Saat ini banyak masyarakat yang lebih menyukai produk minuman instan karena dinilai lebih praktis. Selain itu, tuntutan kebutuhan dan kesibukan masyarakat juga menyebabkan mereka lebih memilih produk AMDK untuk dikonsumsi sehari-hari. Berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan RI No. 1405/MENKES /SK/XI/2002 tentang “Persyaratan Kesehatan Lingkungan Kerja Perkantoran dan Industri, air bersih adalah air yang digunakan untuk keperluan sehari-hari dan kualitasnya memenuhi persyaratan kesehatan air sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan dapat diminum apabila dimasak”. Dalam hal ini, Perumda Tirta Medal Sumedang merupakan perusahaan yang mengolah dan melayani kebutuhan air minum masyarakat. Perusahaan ini menyediakan produk air minum dalam kemasan yang telah di olah sedemikian rupa sehingga memiliki kualitas yang baik dan layak untuk di konsumsi oleh masyarakat.

Tingginya angka persaingan penjualan AMDK menyebabkan perusahaan harus mampu bersaing dengan perusahaan lain yang menjual produk serupa. Perusahaan harus mampu menarik perhatian pelanggan untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan kelangsungan hidupnya. Salah satu hal yang dapat dilakukan adalah dengan menjaga kualitas produk dan kualitas pelayanan sehingga pelanggan akan memiliki kepuasan tersendiri setelah membeli produk yang ditawarkan. Kepuasan pelanggan sangat penting untuk diperhatikan oleh perusahaan karena jika pelanggan merasa puas maka mereka akan tertarik untuk membeli kembali produk perusahaan. Umar (Indrasari, 2019:82) menyatakan bahwa, “Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya”. Sedangkan menurut Howard dan Sheth (Gupron, 2020), “Kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli yang berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dengan pengorbanan yang dilakukan”.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan perusahaan serta dapat menjadi alat bersaing bagi perusahaan dalam menghadapi pesaingnya. Dengan itu, akhirnya perusahaan akan lebih berfokus pada pencapaian kepuasan konsumen dan pelayanan terhadap konsumen untuk mendapatkan loyalitas yang baik dari konsumen terhadap perusahaan. Perusahaan harus mampu memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik agar bisa mendorong pelanggan untuk memiliki emotional attachment terhadap produk yang digunakan. Perumda Tirta Medal Sumedang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa penyediaan air minum yang bisa di konsumsi oleh masyarakat salah satunya adanya produk AMDK yaitu Galon, Cup, Botol 330 ml dan Botol 600 ml yang sering didistribusikan kepada pelanggan perumahan, dinas instansi dan toko-toko yang berada di wilayah Kabupaten Sumedang.

Permasalahan yang terjadi pada Perumda Tirta Medal Sumedang yaitu terjadinya keterlambatan pengiriman produk yang dipesan. Hal ini disebabkan karena semakin banyak konsumen yang membeli produk AMDK, maka perusahaan akan mengalami kendala dalam memenuhi pesanan pelanggannya dengan tepat waktu. Hal ini dapat menyebabkan menurunnya tingkat kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan yang diberikan. Selain itu, permasalahan lain yang terjadi pada perusahaan yaitu mengenai kurang tanggapnya pelayanan atau respon terhadap keluhan pelanggan. Perumda Tirta Medal Sumedang mempunyai call center untuk menyampaikan keluhan namun masih kurang digunakan dengan baik. Saat pelanggan menyampaikan keluhan, terkadang call center sibuk atau tidak ada yang menjawab. Hal ini juga bias membuat pelanggan merasa kurang puas dengan produk dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Kepuasan Pelanggan AMDK Pada Perumda Tirta Medal Sumedang”.

LECTURE STUDY

1. Manajemen

1) Pengertian Manajemen

Manajemen mempunyai arti yang sangat penting dalam mencapai tujuan atau target yang telah ditentukan oleh sebuah perusahaan. Manajemen yang baik di dalam sebuah perusahaan akan menentukan keberhasilan dari perusahaan tersebut. Manajemen sering diartikan sebagai suatu proses rangkaian kegiatan yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan. Menurut Ricky W. Griffin (Pangesthi:2020), “Manajemen adalah sebuah proses perencanaan, proses organisasi, proses kordinasi, dan proses kontrol terhadap sumber daya untuk mencapai tujuan dengan efektif dan efisien”.

Wijaya & Rifa'i (2017:15) menyatakan bahwa, “Manajemen adalah suatu proses pengaturan dan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki organisasi melalui kerjasama para anggota untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien”. Malayu S.P Hasibuan (Prasetyo:2022) menyatakan bahwa, “Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatansumber daya manusia dan sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu”. Berdasarkan beberapa pendapat ahli tersebut, dapat dikatakan bahwa manajemen merupakan suatu kegiatan yang dilakukan secara efektif dan efisien yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, kepemimpinan dan pengawasan guna mencapai tujuan perusahaan.

2) Pengertian Manajemen Pemasaran

Kotler & Armstrong (2012:6) menyatakan bahwa, “Pemasaran (*marketing*) adalah sebuah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya”. Menurut Kotler dan Keller (Mifta:2020), “Manajemen

pemasaran adalah “seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran serta mendapatkan, mempertahankan dan menambah jumlah pelanggan melalui penciptaan, penyampaian dan pengkomunikasian nilai pelanggan yang unggul”. Menurut Sofjan Assauri (Indrasari, 2019:9), “Manajemen pemasaran adalah kegiatan analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian berbagai program yang disusun dalam pembentukan, pembangunan, dan pemeliharaan laba hasil dari transaksi atau pertukaran melalui sasaran pasar untuk mencapai tujuan perusahaan dalam jangka panjang”. Berdasarkan beberapa pendapat ahli di atas, dapat dikatakan bahwa manajemen pemasaran adalah proses perencanaan, menganalisis, pengorganisasian dan pengontrolan dari rencana yang sudah ditentukan untuk mencapai tujuan perusahaan dan memenuhi kebutuhan konsumen.

2. Kepuasan Pelanggan

1) Pengertian Kepuasan Pelanggan

Keberhasilan suatu bisnis tidak terlepas dari kepuasan konsumen. Perusahaan harus jeli dalam melihat pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang sangat cepat berubah. Oleh karena itu, perusahaan harus bisa memenuhi kepuasan konsumennya dengan memberikan pelayanan dan kualitas produk yang baik sesuai dengan kebutuhan mereka. Kepuasan adalah perasaan seseorang mengenai kesenangan atau hasil yang mengecewakan dari membandingkan penampilan produk yang berhubungan dengan harapan si pelanggan (Sudarajad & Andayani, 2019). Menurut Sumartini dan Tias (2019:112), “Kepuasan pelanggan adalah tingkat keadaan yang dirasakan seseorang yang merupakan hasil dari membandingkan penampilan atau outcome produk yang dirasakan dalam hubungannya dengan harapan seseorang”. Menurut Loindong dan Moha (Anggraini & Alhempri, 2021), “Kepuasan konsumen merupakan suatu perasaan senang dengan hasil yang dirasakan konsumen setelah mendapatkan layanan yang baik dan memuaskan, serta kinerja perusahaan yang memenuhi harapan”. Hasan (Pranitasari & Sidqi, 2021) menyatakan bahwa, “Kepuasan dan ketidakpuasan adalah evaluasi setelah pembelian, dimana alternatif yang dipilih setidaknya sama atau melebihi harapan pelanggan, dan ketidakpuasan terjadi ketika hasil tidak memenuhi harapan”. Mowen and Minor (Noor, 2020:22) mengatakan kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan oleh pelanggan atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Kepuasan pelanggan diukur dengan seberapa besar harapan pelanggan mengenai produk dan pelayanan sesuai dengan kinerja produk dan pelayanan yang aktual. Kepuasan akan mendorong pelanggan untuk membeli kembali produk yang ditawarkan. Sebaliknya, jika pelanggan merasa tidak puas maka mereka tidak akan membeli kembali produk tersebut. Oleh karena itu kepuasan pelanggan sangat penting untuk membangun bisnis serta dapat meningkatkan keuntungan bagi perusahaan. Penilaian pelanggan akan kinerja produk tergantung dari banyak faktor, terutama jenis hubungan loyalitas pelanggan dengan merek. Menurut Kotler dan Keller (Kurniati, dkk., 2016), “Konsumen sering membentuk persepsi yang lebih menguntungkan dari suatu produk dengan merek yang mereka sudah merasa memuaskan”. Berdasarkan beberapa pendapat ahli di atas, dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hasil yang didapatkan oleh pelanggan dari perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja yang didapatkan.

2) Manfaat Kepuasan Pelanggan

Manfaat kepuasan pelanggan bagi perusahaan sangatlah penting. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, maka keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan akan semakin besar. Jika pelanggan merasa puas dengan produk dan pelayanan yang diberikan, maka pelanggan akan melakukan pembelian ulang terhadap produk perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus selalu mengutamakan kepuasan pelanggan agar terciptanya hubungan yang baik antar perusahaan dengan pelanggan. Adapun manfaat kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2019:102) adalah sebagai berikut :

1. Hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis.
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.
4. Membentuk suatu rekomendasi informal dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.
5. Reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan
6. Laba yang diperoleh dapat meningkat.

4) Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Pengukuran kepuasan pelanggan sangat penting bagi perusahaan. Menurut Tjiptono (2019:369) ada empat metode yang banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran, setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) wajib memberikan kesempatan yang seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, kritik,

pendapat, dan keluhan mereka dengan menyediakan akses yang mudah dan nyaman bagi pelanggan untuk menyampaikan keluhan dan saran tersebut.

2. *Ghost shopping*, salah satu metode untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan sebagai pelanggan potensial jasa perusahaan dan pesaing.
3. *Lost customer analysis*, perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya.
4. Survei kepuasan pelanggan, pada umumnya sebagian besar penelitian mengenai kepuasan pelanggan menggunakan metode survei, baik via pos, telepon, email, maupun wawancara langsung. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Menurut Supranto (Medina, 2018) mengemukakan bahwa, untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu :

- 1) Kualitas Produk
- 2) Kualitas pelayanan
- 3) Emosional
- 4) Harga Produk
- 5) Biaya tambahan

4) Dimensi Kepuasan Pelanggan

Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2019:101) atribut pembentuk kepuasan terdiri dari kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan.

1. **Kesesuaian harapan**, dimensi kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi : a) Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan. b) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan., c) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan
2. **Minat berkunjung kembali**, Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi : a). Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan. b) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengonsumsi produk. c) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
3. **Kesediaan merekomendasikan**, merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi : a). Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan., b) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai. c) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengonsumsi sebuah produk jasa.

METHOD

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif yang bersifat deskriptif dengan cara melakukan observasi langsung, melakukan wawancara dan mengumpulkan data berupa dokumen yang berhubungan dengan Perumda Tirta Medal Sumedang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan model Miles and Huberman. Menurut Miles dan Huberman dalam buku Sugiyono (2018:246) analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan Metode Miles and Huberman dalam Sugiyono (2018:405) yang menyatakan bahwa terdapat tiga macam kegiatan analisis data kualitatif, yaitu data *reduction*, data *display*, dan *conclusion drawing/verification*. Cara yang digunakan untuk validitas data adalah dengan menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila penelitian melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti

mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data.

Metode penelitian yang bersifat deskriptif digunakan untuk mencari fakta dengan interpretasi yang tepat, mencari gambaran yang sistematis dan fakta yang akurat. Menurut Sugiyono (2018:2), “Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Menurut Mantra (Siyoto & Sodik, 2015:28), “Metode penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati”. Sugiyono (2018:18) menyatakan bahwa, “Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowball*, teknik pengumpulan dengan tri-anggulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian ini lebih menekankan makna dari pada generalisasi”. Objek dalam penelitian kualitatif adalah objek alamiah, atau natural *setting*, sehingga metode penelitian ini sering disebut sebagai metode naturalistis. Objek yang alamiah adalah objek yang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti sehingga kondisi pada saat peneliti memasuki objek, setelah berada di objek, setelah keluar di objek relatif tidak berubah. Metode penelitian kualitatif ini digunakan karena dianggap lebih mudah dalam menyesuaikan dengan kenyataan/fakta yang dihadapi di lapangan karena objek yang diteliti bersifat alamiah. Objek alamiah adalah objek yang apa adanya.

RESULT AND CONCLUSSION

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan AMDK pada Perumda Tirta Medal Sumedang dijelaskan sebagai berikut.

1. Kesesuaian Harapan

- a. Produk yang diproduksi sesuai atau melebihi harapan pelanggan, Produk AMDK yang diproduksi oleh Perumda Tirta Medal Sumedang sudah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan karena proses produksinya sudah cukup baik dan bahan baku yang bersumber dari mata air murni yaitu dari cipanteneun sehingga air jernih dan tidak berbau.
- b. Pelayanan yang diberikan sesuai atau melebihi harapan pelanggan, Pelayanan yang diberikan oleh Perumda Tirta Medal Sumedang sudah sangat baik karena karyawan melayani pelanggan dengan ramah dan tidak mengabaikan pelanggan sehingga pelanggan merasa nyaman ketika membeli produk.
- c. Fasilitas penunjang yang didapatkan sesuai atau melebihi harapan pelanggan, Fasilitas penunjang yang diberikan oleh Perumda Tirta Medal Sumedang berupa adanya layanan pengantaran produk AMDK secara gratis tanpa tambahan biaya sudah sesuai dan memenuhi apa yang diharapkan oleh pelanggan. Hal ini sangat menguntungkan pelanggan karena mereka merasa terbantu ketika akan memesan produk AMDK Tirta Medal Sumedang.
- d. Perusahaan sudah memberikan produk yang berkualitas kepada pelanggan, Perumda Tirta Medal Sumedang selalu mengutamakan kualitas produknya sehingga produk AMDK tersebut di proses secara higienis untuk mendapatkan kualitas terbaik yang bisa memberikan manfaat kepada pelanggannya agar pelanggan merasa puas dengan kualitas produk yang diberikan.

2. Minat Berkunjung Kembali

- a. Pelanggan berminat berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan, Banyak para pelanggan setia produk AMDK Tirta Medal yang melakukan pembelian produk secara berulang karena merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan sehingga mereka berniat untuk membeli kembali produk AMDK tersebut.
- b. Pelanggan berminat berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengonsumsi produk, Sebagian besar pelanggan AMDK Tirta Medal Sumedang berkunjung kembali untuk membeli produk karena produk AMDK dinilai memiliki kualitas yang baik dan tidak berbau sehingga memberikan manfaat yang baik jika dikonsumsi secara terus menerus.
- c. Pelanggan berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai, Sebagian pelanggan juga berniat berkunjung kembali atau membeli ulang produk AMDK karena adanya fasilitas layanan antar produk yang dianggap memudahkan pelanggan dalam melakukan pembelian produk.

3. Kesiediaan Merekomendasikan

- a. Pelanggan menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan. Beberapa konsumen yang datang ke Perumda Tirta Medal Sumedang merupakan rekomendasi dari pelanggan yang sebelumnya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Perumda Tirta Medal Sumedang.
- b. Pelanggan menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengonsumsi produk tersebut. Ada beberapa konsumen baru yang direkomendasikan oleh pelanggan sebelumnya yang merasa puas dengan produk AMDK Tirta Medal karena produk tersebut memiliki kualitas yang baik, airnya jernih dan tidak berbau serta bisa memberikan manfaat bagi pelanggannya.
- c. Pelanggan menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas yang diberikan oleh perusahaan. Ada beberapa pelanggan baru yang membeli produk AMDK Tirta Medal karena mendapatkan rekomendasi bahwa pembelian produk AMDK Tirta Medal bisa diantarkan oleh karyawannya secara gratis tanpa adanya tambahan biaya.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Perumda Tirta Medal Sumedang, terdapat beberapa temuan yang diperoleh peneliti mengenai Kepuasan Pelanggan pada Perumda Tirta Medal Sumedang, yaitu:

- a) Dimensi Kesesuaian Harapan, hasil temuan dari peneliti yaitu Perumda Tirta Medal Sumedang dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan selalu memperhatikan pelayanan yang diberikan oleh karyawan dan memberikan produk AMDK yang berkualitas bagus sehingga menghasilkan sesuai yang diharapkan.
- b) Dimensi Minat Berkunjung Kembali, hasil temuan peneliti yaitu Perumda Tirta Medal Sumedang selalu berupaya untuk memberikan pelayanan yang baik dan ramah serta memberikan kualitas produk terbaiknya kepada pelanggan dengan tujuan utamanya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan produk AMDK Tirta Medal Sumedang. Dengan begitu, pelanggan akan cenderung berminat untuk berkunjung kembali untuk melakukan pembelian produk AMDK tersebut.
- c) Dimensi Kesiediaan Merekomendasikan, hasil temuan peneliti yaitu dalam menentukan aspek kesiediaan merekomendasikan, Perumda Tirta Medal Sumedang selalu mengupayakan kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang bagus serta produk yang berkualitas sehingga pelanggan merasa puas dan akan merekomendasikan kepada teman-teman dan keluarganya untuk membeli produk AMDK di Perumda Tirta Medal Sumedang.

Berdasarkan analisis kepuasan pelanggan yang di bahas, maka peneliti mendapatkan berbagai data dari hasil wawancara yang peneliti lakukan selama observasi di lapangan dan data-data tersebut dapat dikaitkan dengan teori Hawkins dan Lonney (2014:101) yang menyatakan bahwa dimensi dan indikator untuk mengukur kepuasan konsumen adalah sebagai berikut.

- a. Kesesuaian Harapan, Merupakan tingkat kesesuaian antar kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi : a. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi apa yang diharapkan b. Pelayanan yang diperoleh sesuai atau melebihi apa yang diharapkan. c. Fasilitas penunjang yang didapatkan sesuai atau melebihi apa yang diharapkan. d. Perusahaan memberikan produk yang berkualitas kepada pelanggan.
- b. Minat Berkunjung Kembali, Merupakan kesiediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi : a. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan, b. Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengonsumsi produk c. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai
- c. Kesiediaan Merekomendasikan, Merupakan kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga, meliputi : a. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan., b. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengonsumsi produk tersebut., c. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas yang diberikan oleh perusahaan.

Upaya Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Perumda Tirta Medal Sumedang

Upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada Perumda Tirta Medal Sumedang dapat dilakukan dengan beberapa hal sebagai berikut.

1. Kesesuaian Harapan Perumda Tirta Medal Sumedang harus memperhatikan keinginan pelanggan, sehingga bisa memahami keinginan pelanggan tersebut dengan memberikan apa yang mereka harapkan. Selain itu, Perumda Tirta Medal Sumedang juga harus mempertahankan kualitas produk dan meningkatkan kualitas pelayanannya.
2. Minat Berkunjung Kembali Perumda Tirta Medal Sumedang harus memperhatikan konsumen dengan memberikan pelayanan yang lebih baik dan meningkatkan kualitas produk serta membuat strategi yang bisa menarik minat pelanggan untuk berkunjung kembali.
3. Kesiediaan Merekomendasikan Perumda Tirta Medal Sumedang harus lebih memperhatikan pelanggan dengan memberikan promo atau diskon semenarik mungkin sehingga pelanggan akan dengan mudah merekomendasikan kepada kerabat dan teman-temannya untuk membeli produk AMDK pada Perumda Tirta Medal Sumedang.

CONCLUSSION

Berdasarkan hasil penelitian data yang di dapat oleh penulis, maka dapat disimpulkan bahwa Perumda Tirta Medal Sumedang sudah memberikan produk yang berkualitas dan pelayanan yang maksimal sesuai dengan indikator yang digunakan sebagai alat analisis kepuasan pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dengan produk AMDK yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut. Berikut penulis uraikan penarikan kesimpulannya.

- 1) **Kepuasan pelanggan pada Perumda Tirta Medal Sumedang**, apabila dilihat dari indikator kesesuaian harapan, menunjukkan produk dan pelayanan yang diberikan sudah sesuai yang diharapkan dimana perusahaan memberikan fasilitas pelayanan secara ramah dan cepat tanggap dalam merespon kebutuhan pelanggan. Kemudian kepuasan pelanggan dilihat dari indikator minat berkunjung kembali menunjukkan dengan memberikan fasilitas pelayanan jasa antar produk dan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, serta penggunaan bahan baku yang berkualitas (dalam hal ini air yang digunakan berasal dari sumber mata air Cipanteneun) dinilai cukup memuaskan. Selanjutnya, kepuasan pelanggan dilihat dari indikator kesiediaan merekomendasikan juga menunjukkan kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk AMDK Tirta Medal kepada kerabat dan teman-temannya karena pelayanan yang didapatkan dinilai baik dan manfaat yang dirasakan sangat baik untuk kesehatan tubuh karena produk AMDK berkualitas.
- 2) **Upaya meningkatkan kepuasan pelanggan pada Perumda Tirta Medal Sumedang**, upaya meningkatkan kepuasan pelanggan pada Perumda Tirta Medal Sumedang dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan agar terus meningkat menjadi lebih baik lagi. Pelayanan yang baik dan maksimal dapat menjaga hubungan yang baik antar perusahaan dengan pelanggan. Upaya selanjutnya yaitu dengan mempertahankan kualitas produk AMDK agar tetap berkualitas serta membuat strategi penjualan yang menarik dengan diberlakukannya diskon atau potongan harga terhadap pelanggan setia yang membeli produk AMDK secara berulang. Hal ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dalam membeli produk AMDK pada Perumda Tirta Medal Sumedang.

SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan, peneliti mengemukakan saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan pada Perumda Tirta Medal Sumedang yaitu sebagai berikut.

- 1) Agar pelanggan merasa puas, Perumda Tirta Medal Sumedang harus meningkatkan pelayanan dan memberikan fasilitas layanan yang lebih baik lagi, meningkatkan kualitas produk, memberikan pelayanan yang ramah dan cepat tanggap terhadap pelanggan, serta menerima saran yang membangun dari pelanggan.
- 2) Perumda Tirta Medal Sumedang perlu meningkatkan kegiatan promosi produk AMDK, baik secara online maupun offline, agar produk AMDK Tirta Medal Sumedang semakin dikenal oleh masyarakat dan diharapkan dapat meningkatkan penjualan dengan adanya perluasan pangsa pasar.

REFERENCE

- Abubakar, R., 2021. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA-Press.
- Andrians, A., 2021. Analisis Kepuasan Pelanggan Pada CV. Girilawungan Sumedang.
- Anggraini, & Alhemp, 2021. Analisis Kepuasan Konsumen Pt Hawaii Holiday Hotel Pekanbaru.
- Gupron, 2020. Analisis Kepuasan Konsumen Melalui E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapan.Com (Studi Pada Mahasiswa Universitas Batanghari Jambi).

- Indrasari, M., 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press. Kotler, & Armstrong., 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kurniati, dkk., 2016. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kue Bayat Bengkulu.
- Majid, A., 2019. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen tempe barokah di kecamatan pamotan kab. Rembang jawa tengah dalam perspektif islam.
- Medina, D., 2018. Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Online Shop Shopee.
- Noor, V., 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt Herba Penawar Alwahida Indonesia (Studi Pada Alfatih Business Center Ii Hpai Kota Bengkulu). Nur Ali, 2016. Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan berkala pada dealer Nissan Basuki Rahmat Di Kota Surabaya.
- Putri, T., 2019. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Undayana Pers.
- Prantasari, & Sidqi, 2021. Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee Menggunakan Metode E-Service Quality Dan Kartesius.
- Rohman, A., 2017. Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Bengkel Mr. Montir Citayam Jakarta.
- Siyoto, & Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sudrajad, & Andayani., 2019. Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Di Pt Ramajaya Copier.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : ALFABETA.
- Sumartini, & Tias., 2019. Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja.
- Tjiptono, 2019. *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Andi Publisher.
- Wijaya, & Rifa'i., 2017. *Dasar-dasar Manajemen*. Medan: Perdana Pers.
- Mifta, R., 2020. <https://www.brilio.net/serius/17-pengertian-manajemen-pemasaran-menurut-para-ahli-jelas-dan-lengkap-200420t.html>
- Pangesthi, D., 2020. <https://www.brilio.net/wow/11-pengertian-manajemen-menurut-para-ahli-dan-secara-umum-200416e.html>
- Prasetyo, E., 2022. <https://inspiring.id/pengertian-manajemen/>