

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP DISTRIBUTOR AQUA PADA CV MITRA MULIA GAMPING MENGGUNAKAN METODE KANO

Deni Kurniansyah^{*1}, Ferida Yuamita²

Program Studi Teknik Industri, Universitas Teknologi Yogyakarta, Jl. Glagahsari No.63, Warungboto, Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55164

email: *1tryboy06022000@gmail.com , 2feridayuamita@uty.ac.id

Abstrak

CV Mitra Mulia Gamping Merupakan distributor resmi yang mendistribusikan produk danone yang terdiri dari air minum dalam kemasan (AMDK) dengan AQUA. CV Mitra Mulia Gamping didirikan pada tahun 2006, CV Mitra Mulia Gamping memiliki target penjualan galon sejumlah 130,000 galon pada bulan Januari dan target Aqua kardus sejumlah 104,000 pada bulan Januari, jumlah target galon setiap harinya yaitu sejumlah 5.000 galon dan jumlah target harian untuk Aqua karton sejumlah 4.000 karton, pada bagian sales marketing yang berjumlah 10 orang dimana 8 orang pada bagian sales retail memiliki jumlah target yang sama sejumlah 375 galon pada setiap harinya dan terdapat 2 orang pada bagian sales Pareto dengan target penjualan sejumlah 1000 galon pada setiap harinya. Namun pada bulan Januari 2024 perusahaan ini mengalami penurunan penjualan khususnya pada penjualan Aqua galon, pada bulan Januari perusahaan ini hanya mampu menjual 80.000 galon Aqua sedangkan target penjualan galon sebesar 130.000 galon yang artinya hanya mendapatkan 70% penjualan, sedangkan penjualan pada Aqua kardus sebesar 100.000 kardus. Tujuan dari penelitian ini antara lain untuk mengetahui factor dan atribut mana yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dengan melakukan pengolahan menggunakan metode Kano Model. Berdasarkan dari penelitian ini grade M dimana apabila kinerja atribut ini rendah maka kepuasan pelanggan akan sangat menurun, atribut yang masuk pada kategori tersebut yakni P2(Apakah promo produk selalu disampaikan), P4(Bagaimana respon sales apabila toko melakukan order diluar rute kunjungan), P10(Apakah pengirim selalu meminta imbalan saat proses pengiriman), P15(Apakah produk competitor lebih menarik dibandingkan dari Aqua).

Kata Kunci : *Kepuasan pelanggan, Kano model.*

ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION LEVEL TOWARDS AQUA DISTRIBUTOR AT CV MITRA MULIA GAMPING USING THE KANO METHOD

Deni Kurniansyah^{*1}, Ferida Yuamita²

Industrial Engineering Study Program, University of Technology Yogyakarta, Jl. Glagahsari No.63, Warungboto, Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55164

email: *1tryboy06022000@gmail.com , 2feridayuamita@uty.ac.id

Abstract

CV Mitra Mulia Gamping is an official distributor that distributes Danone products consisting of bottled drinking water (AMDK) with the product name AQUA. CV Mitra Mulia Gamping was founded in 2006, CV Mitra Mulia Gamping has a gallon sales target of 130,000 gallons in January and a target of 104,000 Aqua cartons in January, the number of gallon targets per day is 5,000 gallons and the number of daily targets for Aqua cartons is 4,000 cartons. The sales marketing department consists of 10 people where 8 people in the retail sales department have the same target number of 375 gallons per day and there are 2 people in the Pareto sales department with a sales target of 1000 gallons per day. However, in January 2024, the company experienced a decline in sales, particularly in Aqua gallons. In January, the company only managed to sell 80,000 gallons of Aqua, compared to the target of 130,000 gallons, meaning it only achieved 70% of sales. Meanwhile, Aqua carton sales reached 100,000 cartons. The purpose of this study was to determine which factors and attributes influence customer satisfaction levels by processing them using the Kano Model. Based on this research, grade M indicates that if the performance of this attribute is low, customer satisfaction will significantly decrease. The attributes included in this category are P2 (Are product promotions always delivered), P4 (How does sales respond when the store places an order outside the visit route), P10 (Does the sender always ask for a fee during the delivery process), and P15 (Are competitor products more attractive than Aqua).

Keywords: *Customer satisfaction, Kano model.*

DAFTAR PUSTAKA

- Maulana, I., & Permana, D. J. (2019). Upaya Meningkatkan Kualitas Produk Bakso Berdasarkan Model Kano di CV Mett Ball Foods. *Jurnal Optimasi Teknik Industri (JOTI)*, 1(1), 25.
- Dewi, S. K. (2019). Identifikasi Atribut Kepuasan Pelanggan dengan Model KANO. *Prosiding Seminar Nasional IENACO*, 423–429.
- Indra, A. S. N., & Rukmayadi, D. (2019). Analisa Atribut dan Pengembangan Produk Croissant Pada PT.XYZ dengan Metode Kano dan Quality Function Deployment. *Jurnal Seminar Nasional Sains Dan Teknologi*, 1–8.
- Rahmah, C. A. (2020). , Dengan Jumlah Sampel Yaitu 87 Orang. *Jurnal Manajemen Tools*, 12(2), 30–44.
- Muhammad, R. (2021). Aplikasi Metode Kano Dalam Menganalisis Sistem Pelayanan Online Akademik FST UIN SUSKA Riau pada masa Pandemi Covid-19. 18(02), 180–187.
- Rahmah, C. A. (2020). , Dengan Jumlah Sampel Yaitu 87 Orang. *Jurnal Manajemen Tools*, 12(2), 30–44.
- Bangun, V. J. O., Rohayati, (2021). Perancangan Program Komunikasi Pemasaran Menggunakan Information Quality Dan Model Refined Kano Pada Instagram Kotama Shoes. *EProceedings ...*, 8(5), 7947–7956.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/engineering/article/view/16156%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/engineering/article/view/16156/15866>
- Mujibulloh, A., & Jakaria, R. B. (2022). Perancangan Desain Produk Sepatu Safety Dengan Menggunakan Metode Kansei Engineering Dan Model Kano (Studi Kasus Desain Sepatu Karyawan PT Kalam Leverage Mulia). 20(1), 33–39.
- Puspita, R. M., & Santoso, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Pendukung Terhadap Kepuasan Pelanggan Stasiun Lempuyangan Yogyakarta. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 69–80. <https://doi.org/10.26533/eksis.v13i1.170>
- Bakhtiar, A., Susanty, A., & Massay, F. (2022). Analisis kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan menggunakan metode Servqual dan Model Kano. (Studi Kasus: PT. PLN UPJ Semarang Selatan). (Studi Kasus: PT. PLN UPJ Semarang Selatan), 5(2), 77–84.