

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN DAN  
KESETIAAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK  
AIR MINUM DALAM KEMASAN UKURAN 20 LITER  
MEREK AQUASE DI SURABAYA**



Oleh :

**TRIANA DEWI**

**NRP. 11195009**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA  
SURABAYA  
1999**

## ABSTRAK

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat menimbulkan persaingan yang ketat di antara perusahaan-perusahaan sejenis. Keadaan ini merupakan tantangan bagi setiap perusahaan untuk lebih jeli dalam membaca situasi yang berkembang saat ini. Agar dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya perusahaan perlu mengenal dan memahami serta berusaha untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumennya secara lebih baik daripada yang dilakukan oleh pesaing.

Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terhadap merek suatu produk akan berpengaruh terhadap perilaku pembelian selanjutnya. Kepuasan konsumen akan mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap produk yang dihasilkan perusahaan. Jika konsumen merasa puas ia akan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi lagi untuk melakukan pembelian ulang bahkan menjadi pelanggan yang setia (loyal) terhadap merek produk tersebut dan merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain.

Untuk membuktikan apakah kepuasan konsumen mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap produk air minum dalam kemasan 20 liter merek Aquase, maka digunakan rata-rata hitung, standar deviasi, analisis regresi berganda, koefisien korelasi linier, koefisien determinasi linier, statistik uji F dan statistik uji t. Dan hasil analisis terbukti bahwa kepuasan konsumen mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap produk air minum dalam kemasan 20 liter merek Aquase.

Dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Walaupun selama ini konsumen telah puas dan loyal terhadap produk air minum dalam kemasan 20 liter merek Aquase, perusahaan harus tetap memelihara bahkan lebih meningkatkan perhatian pada kepuasan konsumennya, agar menghasilkan konsumen yang setia (loyal).