

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh persaingan perusahaan dalam memproduksi Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) yang semakin banyak bermunculan, namun perusahaan terkadang kurang memperhatikan kualitas produknya dalam pandangan konsumen.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengevaluasi kualitas pada produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) AIRKU, seberapa besarkah kualitas yang ada pada produk AIRKU tersebut, dengan variable penelitiannya yaitu Kualitas Produk, Fitur Produk, Disain Produk, Harga, dan Merek.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen yang datang langsung untuk membeli AIRKU di wilayah Kulon Progo. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dan teknik yang digunakan yaitu *Non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* (pengambilan sampel secara sengaja). Pengumpulan data digunakan dengan menyebarkan kuisioner dan metode analisis data dengan menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Statistical Deskriptif, dan Top Two Boxes. Dengan bantuan software SPSS 21.

Hasil penelitian didapatkan bahwa semua indikator dinyatakan valid, karena Corrected Item-Total Correlation tiap indikator diatas 0,3 dan reliable, karena nilai Cronbachs Alpha tiap indikator diatas 0.6. Mean penilaian dari responden untuk semua indikator berada pada range 3.41 – 4.20, artinya responden merasa setuju dengan produk “AirKu” dan responden merasa terpuaskan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Fitur Poduk, Disain Produk, Harga, dan Merek.

ABSTRACT

The background research based on company competition in producing drinking water in packaging (DWIP) growing up springing, but the company sometimes not seen the quality of their products in view of consumers.

The purpose of the research is to evaluate the quality of to the drinking water in packaging (DWIP) AirKu, how big the quality that were on the AirKu products, with the variable of the research is quality product, features product, design product, price and brand.

A population that used in research is consumers who come directly to buy AirKu in the kulon progo. Sample used in this research as many as 100 respondents and techniques used namely *non-probability sampling* with the methods *purposive sampling* (the sample collection deliberately). Data collection use by spreading kuisi and analysis methods using the validity, reliability test, statistical descriptive, and top two boxes. With the help of software spss 21.

The results of the study got that all indicators expressed valid, because corrected item-total correlation every indicators above 0.3 and reliable, because the value of cronbachs alpha every indicators above 0.6. Mean the judgment of respondents to all indicators are on range 3.41 - 4.20, it means respondents feel agree to the product “AirKu” and respondents feel been satisfied.

Keywords: Quality Product, Features Poduct, Design Product, Price, and Brand.