S.Si., M.Sc. (2014) dengan hasil yang didapatkan bahwa keseluruhan dari indikator aqua, ades, dan cheers valid dan reliable, hasil *top two boxes* keunggulan kompetitif pada merek aqua, yaitu dalam hal kualitas produk, fitur produk, dan merek. Ades dinilai paling tinggi dalam hal fitur produk, khususnya mengenai sifat kemasan yang eco friendly. Cheers memiliki keunggulan kompetitif dalam hal gaya & desain produk dan harga produk. Dengan demikian mengacu pada hasil analisis dan pembahasan serta penelitian terdahulu dengan memperhatikan variabel kualitas produk, fitur produk, desain produk, harga dan merek kualitas dari produk Airku yang diproduksi PDAM Tirta Binangun Kabupaten Kulon Progo dikategorikan sudah sesuai dan memuaskan konsumen.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian evalusi kualitas produk air minum dalam kemasan AirKu yang dilakukan di kabupaten Kulon Progo, setelah data dianalisis dan dilakukan pembahasan dapat ditarik kesimpulan, yatitu :

1. Kualitas Air Minum Dalam Kemasan “AIRKU” sangat baik, hal tersebut dapat dilihat dari segi kualitas produk, fitur produk, disain produk, harga, dan merek yang telah memberikan kepuasan kepada konsumennya.
2. Penilaian responden terhadap variable sangat baik, responden memberikan tanggapan atau penilaian paling tinggi adalah harga dengan mean 3.97, responden beranggapan bahwa harga yang ditawarkan dari produk AirKu lebih ekonomis dibandingkan produk air minum dalam kemasan lainnya, kemudian diikuti oleh fitur produk 3.96, kualitas produk 3.90, merek 3.81, dan disain produk 3.79.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan, penulis memberikan saran untuk pihak yang berkaitan atau berhubungan dengan pihak penyedia air minum dalam kemasan, diantaranya :

1. Penulis menyarankan kepada Perusahaan AirKu bahwa dalam penilaian responden terhadap variable nilai yang paling rendah terdapat dalam disain produk dengan nilai 3.79, tentu penulis mengharapkan perusahaan dapat meninjau ulang dalam mendisain produknya.

2. Kepada pemerintah yang mengawasi pihak penyedia air minum, baik air minum dalam kemasan atau air minum isi ulang bahwa perlu ada pengawasan kualitas secara lebih mengingat bahwa air minum merupakan kebutuhan pokok manusia yang dapat memberikan manfaat dan juga dapat memberikan kerugian apabila air yang dikonsumsi tidak dapat dikelola dengan baik.
3. Kepada perusahaan-perusahaan penyedia air minum diharapkan dapat memberikan produk yang dapat memuaskan konsumen, konsumen akan loyal pada produk ketika kepuasan konsumen sudah terpenuhi, tentu hal ini perlu adanya penilaian dari konsumen mengenai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Aaker, D. A. (2004), *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.

Agustini, S. (2014), *Studi Peningkatan Kualitas Air Minum Dalam Kemasan Merek AM Untuk Memperkuat Daya Saing*, Bogor : Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.

Amrih, P. (2005), *Cara memastikan Air Yang Anda Minum Bukan Sumber Penyakit*, Solo : Nomor seri *e*-buku 05 – 00001 – 100 – 0220

Angipora, M. P. (1999), *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.