

## ABSTRAK

Dengan banyaknya merk air minum dalam kemasan (AMDK), maka hal ini menyebabkan persaingan antar AMDK semakin tinggi. Sebagai produsen AMDK, PT. Klampis Ireng ingin mengisi pangsa pasar untuk konsumen kalangan menengah ke bawah. Oleh karena itu suatu penelitian diperlukan untuk mengetahui keinginan konsumen melalui harapan dan persepsi terhadap pelayanan yang diberikan selama ini.

Pada Tugas Akhir ini dilakukan penelitian di AMDK merk BERLIS dengan tujuan untuk merancang strategi pemasaran yang berdasarkan konsep strategi pemasaran yaitu *segmentation, targetting, differentiation*, dan *positioning* yang dikombinasikan dengan bauran pemasaran (4P). Sedangkan strategi untuk pihak distributor dalam menentukan distributor mana yang potensial dan yang layak didukung sehingga dapat meningkatkan volume penjualan dengan menggunakan analisis *customer profitability analysis* (CPA).

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, analisis kuadran, analisis gap 5 yang terjadi antara yang diharapkan konsumen dengan yang diterima konsumen. Penelitian ini menggunakan analisis gap 5 untuk mengidentifikasi kelemahan dan kelebihan yang dimiliki oleh AMDK merk BERLIS. Berdasarkan dari hasil analisis gap maka variabel yang akan diprioritaskan untuk diperbaiki adalah variabel pada kuadran IV yang diketahui dari analisis kuadran pada gap 5. Berdasarkan hasil kuesioner dari 250 konsumen yang disebarkan di Surabaya (76%), Madiun (13.6%), dan Malang (10.4%), mayoritas konsumen sebanyak 114 orang (45.6%) semuanya menyatakan memilih AMDK BERLIS karena harganya yang terjangkau, tetapi sebanyak 114 orang (45.6%) menyatakan pernah kecewa (45.6%) terhadap AMDK BERLIS terutama terhadap kualitas kemasan produknya (38.6%) dan susah untuk memperolehnya dikarenakan tidak tersedia dimana-mana (42.11%). Sedangkan berdasarkan hasil kuesioner dari 7 distributor yang tersebar di Surabaya, Madiun, Malang, Lamongan, Babat, Pandaan, mayoritas menyatakan pernah kecewa terhadap pelayanan perusahaan yang telah dilakukan selama ini. Hasil dari kuesioner inilah yang akan digunakan untuk menganalisa kepuasan konsumen dan distributor terhadap produk dan pelayanan perusahaan selama ini.

Selanjutnya adalah melakukan analisis *customer profitability analysis* (CPA) untuk menentukan distributor mana saja yang layak didukung, dikarenakan ada distributor yang memiliki *customer service cost* yang tinggi yaitu sebesar Rp.9,490,000 sedangkan tidak diimbangi oleh tingkat penjualan yang tinggi pula karena total nilai penjualan untuk beberapa distributor yaitu sebesar Rp.7,289,000 maka dari itu laba perusahaan akan menurun. Melalui *customer profitability analysis* ini diharapkan pihak perusahaan akan dapat lebih mudah dalam menentukan distributor mana yang akan di tingkatkan sarana pendukung dan layanan tambahannya agar dapat meningkatkan volume penjualan dari AMDK merk BERLIS itu sendiri.