

**Analisa Penerimaan Pelanggan Terhadap *Tapwater* Air Mineral di  
Hunian Konsep Vertikal Sentra Timur Pulogebang Jakarta Timur**

**TESIS**



**SATRIA ISMAIL**

**2171021018**

**PROGRAM STUDI  
MAGISTER MANAJEMEN  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
TAHUN 2019**

**Analisa Penerimaan Pelanggan Terhadap *Tapwater* Air Mineral di  
Hunian Konsep Vertikal Sentra Timur Pulogebang Jakarta Timur**

**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen**



**SATRIA ISMAIL**

**2171021018**

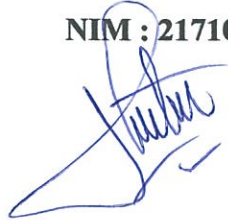
**PROGRAM STUDI  
MAGISTER MANAJEMEN  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
TAHUN 2019**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,  
Dan semua baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar**

**Nama : Satria Ismail**

**NIM : 2171021018**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Satria Ismail', is written over the NIM information.

**Tanggal : 16 Agustus 2019**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :  
Nama : Satria Ismail  
NIM : 2171021018  
Program Studi : Magister Manajemen  
Judul Tesis : Analisa Penerimaan Pelanggan Terhadap *Tapwater*  
Air Mineral di Hunian Konsep Vertikal Sentra Timur  
Pulogebang Jakarta Timur

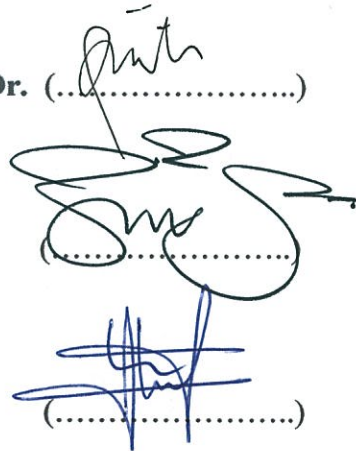
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen – Universitas Bakrie

### Dewa Penguji

Pembimbing : **B.P. Kusumo Bintoro, Ir., MBA, Dr.** (.....)

Penguji : **Dr Adi Budipriyanto S.T., M.T.** (.....)

Penguji : **Arief Suharko, Ph.D** (.....)



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis dengan tepat waktu. Tesis berjudul “Analisa Penerimaan Pelanggan Terhadap Tapwater Air Mineral di Hunian Konsep Vertikal Sentra Timur Pulogebang Jakarta Timur “. Penulisan tesis merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Magister Program Studi Magister Manajemen pada Universitas Bakrie. Pada kesempatan ini, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah ikut serta dalam memberikan bantuan baik berupa petunjuk, semangat, saran, nasehat maupun dorongan motivasi keberhasilan tesis.

Dalam menyelesaikan tesis, mendapatkan banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung, Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc, Ph.D Selaku Rektor Universitas Bakrie
2. Bapak Ahmad Reza Widjaja, S.E, M.Sc, Ph.D Selaku wakil Rektor Universitas Bakrie
3. Bapak Dr. Dudi Rudianto, S.E, M.Sc, Ph.D, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Pasca Sarjana Universitas Bakrie.
4. Bapak Arief B. Suharko, BSEE, MSEE, Ph.D Selaku Kepala Program Studi Magister Manajemen Sekolah Pasca Sarjana Universitas Bakrie yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

5. Bapak Dr. Ir. Bambang Purwo Kusumo Bintoro, MBA, Selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan saran dalam penulisan tesis ini
6. Bapak Wedha Mardi M.M Selaku Pimpinan *Procurement – Indirect Material* Category CSI di Danone AQUA.
7. Seluruh *Tim Building Management dan keamanan* Sentra Timur Pulogebang Jakarta Timur
8. Istriku tercinta Fitri Fatimah dan anak anak saya yang telah memberikan dukungan moril dan kesabaran selama proses penulisan penelitian ini
9. Orang tua yang telah memberikan dukungan secara moril dan spiritual
10. Rekan rekan seperjuangan di MM Universitas Bakrie Batch 9 Thalita, Aji Gempur, Chika dan lainnya
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu namun turut membantu kelancaran studi penelitian sehingga dapat menyelesaikan tesis ini.

Jakarta, 16 Agustus 2019

Satria Ismail

2171021018

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Satria Ismail

NIM : 2171021018

Program Studi : Magister Manajemen

Jenis Tesis : Bisnis Riset

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Analisa Penerimaan Pelanggan Terhadap Tapwater Air Mineral di Hunian Konsep Vertikal Sentra Timur Pulogebang Jakarta Timur

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 16 Agustus 2019

Yang menyatakan



Satria Ismail

# **Analisa Penerimaan Pelanggan Terhadap *Tapwater* Air Mineral di Hunian Konsep Vertikal Sentra Timur Pulogebang Jakarta Timur**

Di susun oleh :

Satria Ismail - 2171021018

## **Abstrak**

Air merupakan salah satu unsur yang berasal dari bumi ini, dan dimanfaatkan oleh semua kehidupan dari manusia, hewan dan tumbuhan untuk melangsungkan kehidupan. Air terbagi berdasarkan karakteristiknya menjadi air permukaan, air tanah, air hujan dan air laut. Karakteristik air tersebut menjadi air yang bisa diminum dan tidak bisa diminum berdasarkan sumber air dan teknik pengolahan air tersebut. Menurut peraturan dari Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 492/MENKES/PER/IV/2010. Tentang persyaratan kualitas air minum adalah tidak berasa, tidak berbau, tidak berwarna, tidak keruh dan tidak mengandung organisme yang berbahaya. Pada dasarnya air minum dalam kemasan sudah memenuhi persyaratan tersebut. Namun seiring dengan perkembangan dan daya konsumsi masyarakat, air minum dalam kemasan hanya mampu memenuhi kebutuhan 14,77% penduduk Indonesia. Selain itu peningkatan pembangunan hunian konsep vertikal juga membaik dari tahun ke tahun dimulai dari 1000 proyek tower yang dicanangkan oleh pemerintah di tahun 2006, menjadikan penelitian tentang kanal distribusi baru air mineral menarik untuk diteliti. Dari 17 indikator yang berasal dari pembahasan journal nasional dan internasional tentang pemilihan antara air minum dalam kemasan dan tapwater yang dimasukkan ke dalam kuesioner dibagikan ke 118 responden yang menghuni hunian konsep vertikal yang bertempat sentra timur pulo gebang Jakarta Timur. Dari 17 indikator terbentuk 4 faktor baru yang terdiri dari kualitas pelayanan, kualitas fisik *tapwater* air mineral, kenyamanan pelanggan dan ekonomi sebagai pengaruh responden dalam penerimaan pelanggan untuk tapwater air mineral. Dimana kualitas fisik *tapwater* air mineral dan ekonomi menjadi faktor prioritas yang harus dipenuhi oleh pemasok apabila ingin menerapkan *tapwater* air mineral. Hal lain yang perlu diperhatikan adalah pelaksanaan penerapan *tapwater* air mineral ini dilakukan pada hunian konsep vertikal yang baru akan dibangun, atau masih ingin dibangun.

Kata kunci : tapwater air mineral, penerimaan pelanggan



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>1. PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Tujuan Penelitian.....	4
1.3. Rumusan Masalah .....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
<b>2. Deskripsi Objek,</b>	
2.1 Kanal Distribusi Air Mineral Dalam Kemasan .....	8
2.1.1 <i>Plan</i> (perencanaan) .....	8
2.1.2 <i>Source</i> (sumber daya) .....	9
2.1.3 <i>Make</i> (membuat / produksi) .....	11
2.1.4 <i>Delivery</i> (pengiriman) .....	12
2.2 Kanal Distribusi <i>tapwater</i> air mineral.....	12
2.2.1 <i>Source</i> (sumber daya) .....	12
2.2.2 <i>Make</i> (membuat / produksi) .....	13
2.2.3 <i>Delivery</i> (pengiriman) .....	13
2.3 Ilustrasi Manfaat dan Keuntungan dari Kanal Distribusi Tapwater Air Mineral.....	13
<b>3. Deskripsi Pustaka</b> .....	15
3.1 Deskripsi Pustaka .....	15
3.1.1 Air.....	15
3.1.2 Pengolahan air dan filtrasi .....	20
3.1.3 Air minum dalam kemasan.....	23
3.1.4 Metode Pengujian	
3.1.4.1 Analisa statistic deskriptif .....	27

3.1.4.2	Analisa statistic inferensial.....	28
3.1.5	Skala Likert .....	29
3.2	Literature Review .....	30
4	Metodologi Penelitian .....	33
4.1	Metode pengumpulan data.....	33
4.1.1	Tempat dan waktu .....	33
4.1.2	Populasi dan sample .....	33
4.1.3	Metode pengumpulan data.....	34
4.1.3.1	Observasi dan Wawancara.....	34
4.1.3.2	Kuesioner.....	35
4.2	Rancangan Penelitian .....	37
4.2.1	Topik.....	38
4.2.2	Sumber.....	38
4.2.3	Identifikasi objek penelitian .....	38
4.2.4	Identifikasi masalah.....	38
4.2.5	Melakukan analisa indikator.....	39
4.2.6	Menyusun Kuesioner.....	39
4.2.7	Pengumpulan data .....	39
4.2.8	Pengolahan data.....	39
4.2.9	Menganalisa hasil data penelitian.....	39
4.2.10	Kesimpulan.....	40
4.3	Analisa Faktor Penelitian .....	41
5	Pembahasan .....	42
5.1	Demography Koresponden .....	42
5.1.1	Responden berdasarkan status kepemilikan hunian .....	43
5.1.2	Responden berdasarkan status konsumsi air mineral kemasan galon .....	44
5.1.3	Responden berdasarkan brand/merk air mineral kemasan galon yang digunakan .....	45
5.1.4	Responden berdasarkan jumlah air kemasan galon yang dikonsumsi perminggu.....	46

5.1.5	Responden berdasarkan jumlah penghuni di dalam unit apartement ..	47
5.1.6	Responden berdasarkan jenis kelamin penghuni apartement .....	48
5.1.7	Responden berdasarkan usia.....	49
5.1.8	Responden berdasarkan latar belakang Pendidikan .....	50
5.1.9	Responden berdasarkan penghasilan perbulan .....	51
5.1.10	Responden berdasarkan pengetahuan tentang <i>tapwater</i> .....	52
5.1.11	Responden berdasarkan penerimaan pelanggan terhadap <i>tapwater</i> air mineral .....	53
5.1.12	Responden berdasarkan metode pembayaran yang disarankan .....	54
5.1.13	Responden berdasarkan brand/merk yang direkomendasikan untuk <i>tapwater</i> air mineral .....	55
5.1.14	Reponden berdasarkan 5 teratas yang bersedia menerima <i>tapwater</i> air mineral dari parameter demography .....	56
5.2	Keterbatasn penelitian .....	56
5.3	Analisa hasil kuesioner .....	56
5.3.1	Uji Normal, Uji Validitas dan uji reliabilitas .....	57
5.3.2	Analisis faktor .....	57
5.3.3	Anti-image correlation.....	57
5.3.4	Communalities.....	58
5.3.5	Total Variance Explained .....	58
5.3.6	Component Matrix.....	58
5.3.7	Model faktor penerimaan pelanggan untuk <i>tapwater</i> air mineral.....	62
5.3.8	Implikasi terhadap penerimaan <i>tapwater</i> air mineral .....	65
6	Kesimpulan	
6.1	Kesimpulan.....	67
6.2	Saran .....	68
	DAFTAR PUSTAKA.....	69
	LAMPIRAN .....	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Persebaran pangsa pasar AMDK .....	6
Gambar 2.2 SCOR Model Konsep .....	8
Gambar 2.3 SCOR Model – Proses make (membuat / produksi) .....	11
Gambar 2.4 SCOR Model – Proses Delivery .....	12
Gambar 4.1 Rancangan penelitian .....	37
Gambar 5.1 Grafik data responden berdasarkan status kepemilikan .....	43
Gambar 5.2 Grafik data responden berdasarkan status konsumsi air mineral dalam kemasan galon .....	44
Gambar 5.3 Grafik data Responden berdasarkan brand/merk air mineral kemasan galon yang digunakan .....	45
Gambar 5.4 Grafik data responden berdasarkan jumlah air kemasan galon yang dikonsumsi setiap minggu.....	46
Gambar 5.5 Grafik Data responden berdasarkan jumlah penghuni di dalam unit apartemen.....	47
Gambar 5.6 Grafik data responden berdasarkan jenis kelamin .....	48
Gambar 5.7 Grafik data responden berdasarkan usia.....	49
Gambar 5.8 Grafik data responden berdasarkan latar belakang Pendidikan .....	50
Gambar 5.9 Grafik data responden berdasarkan penghasilan perbulan .....	51
Gambar 5.10 Grafik data responden berdsarkan pengetahuan tapwater .....	52
Gambar 5.11 Grafik data responden berdasarkan penerimaan pelanggan terhadap tapwater air mineral .....	53
Gambar 5.12 Grafik data responden berdasarkan metode pembayaran yang disarankan .....	54
Gambar 5.13 Grafik data Responden berdasarkan brand/merk yang direkomendasi untuk tapwater air mineral .....	55
Gambar 5.14 Faktor baru yang terbentuk .....	60
Gambar 5.15 Indikator kualitas pelayanan .....	61
Gambar 5.16 Indikator kualitas fisik tapwater air mineral .....	61

Gambar 5.17 Indikator kenyamanan pelanggan .....	61
Gambar 5.18 indikator faktor ekonomi tapwater.....	62
Gambar 5.19 faktor yang mempengaruhi penerimaan pelanggan untuk tapwater air mineral .....	62
Gambar 5.20 Faktor faktor yang mempengaruhi penerimaan tapwater air mineral ...	63

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Topbrand Award – Index Report AMDK 2017 dan 2018.....	3
Tabel 3.1 Syarat Mutu SNI 3553-2015 .....	24
Tabel 3.2 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 4.1 Indikator variabel dari penelitian terdahulu .....	41
Tabel 5.1 Data responden berdasarkan status kepemilikan .....	43
Tabel 5.2 Data responden berdasarkan status konsumsi air mineral dalam kemasan galon .....	44
Tabel 5.3 Data Responden berdasarkan brand/merk air mineral kemasan galon yang digunakan .....	45
Tabel 5.4 Data responden berdasarkan jumlah air kemasan galon yang dikonsumsi setiap minggu .....	46
Tabel 5.5 Data responden berdasarkan jumlah penghuni di dalam unit apartement...	47
Tabel 5.6 Data responden berdasarkan jenis kelamin .....	48
Tabel 5.7 Data responden berdasarkan usia .....	49
Tabel 5.8 Data responden berdasarkan latar belakang Pendidikan .....	50
Tabel 5.9 Data responden berdasarkan penghasilan perbulan .....	51
Tabel 5.10 Data responden berdsarkan pengetahuan tapwater .....	52
Tabel 5.11 Data responden berdasarkan penerimaan pelanggan terhadap tapwater air mineral .....	53
Tabel 5.12 Data responden berdasarkan metode pembayaran yang disarankan .....	54
Tabel 5.13 Data Responden berdasarkan brand/merk yang direkomendasi untuk tapwater air mineral .....	55
Tabel 5.14 Data responden berdasarkan top 5 teratas yang bersedia menerima tapwater air mineral .....	56
Tabel 5.15 Hasil perhitungan minimum-maksimum .....	64
Tabel L1. Uji Normal .....	73
Tabel L2. Case processing summary .....	74
Tabel L3. Hasil uji reliabilitas .....	74
Tabel L4. Hasil KMO dan Barletts Test.....	74

Tabel L5. Hasil Anti Image Matrice.....	75
Tabel L6. Hasil Anti Image Matrice.....	76
Tabel L7. Communalities .....	77
Tabel L8 Hasil Total Variance Explained .....	78
Tabel L9 Hasil Rotated Component Matrix .....	79
Tabel L10. Coefficient .....	80