



Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Distributor Aqua Pada CV Mitra Mulia Gamping Menggunakan Metode Kano

Ferida Yuamita¹, Deni Kurniansyah²

^{1,2} Teknik Industri, ^{2,3} Fakultas Sains Dan Teknologi, Universitas Teknologi Yogyakarta
Jl. Glagahsari No.63, Warungboto, Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah
Istimewa Yogyakarta 55164

Korespondensi Penulis; feridayuamita@uty.ac.id

Abstract. *CV Mitra Mulia Gamping is an official distributor that distributes Danone products consisting of bottled drinking water (AMDK) with AQUA. CV Mitrs Mulia Gamping was founded in 2006, CV Mitra Mulia Gampirng has a sales target of 130,000 gallons in January and a target of 104,000 Aqua cardboard in January, the target number of gallons per day is 5,000 gallons and the daily target number for Aqua cardboard is 4,000 cartons, in the sales marketing section totaling 10 people where 8 people in the retail sales section have the same target number of 375 gallons every day and there are 2 people in the Pareto cells section with a sales target of 1000 gallons every day. However, in January 2024, this company experienced a decline in sales, especially in sales of Aqua gallons, in January the company was only able to sell 80,000 gallons of Aqua, while the sales target for gallons was 130,000 gallons, which means it only got 70% of sales, while sales of Aqua cardboard were 100,000 cardboard boxes. . The aim of this research is to find out which factors and attributes influence the level of customer satisfaction by processing it using the Kano Model method. Based on this research, grade M means that if the performance of this attribute is low then customer satisfaction will greatly decrease. The attributes that fall into this category are P2 (Are product promos always delivered), P4 (How does sales respond if the shop places an order outside the visiting route), P10 (Does the sender always ask for compensation during the delivery process), Q15 (Are competitor products more attractive than those from Aqua).*

Keywords: *Customer satisfaction, Kano model*

Abstrak. CV Mitra Mulia Gamping Merupakan distributor resmi yang mendistribusikan produk danone yang terdiri dari air minum dalam kemasan (AMDK) dengan AQUA. CV Mitrs Mulia Gamping didirikan pada tahun 2006, CV Mitra Mulia Gampirng memiliki target penjualan galon sejumlah 130.000 galon pada bulan Januari dan target Aqua kardus sejumlah 104.000 pada bulan Januari, jumlah target galon setiap harinya yaitu sejumlah 5.000 galon dan jumlah target harian untuk Aqua karton sejumlah 4.000 karton, pada bagian sales marketing yang berjumlah 10 orang dimana 8 orang pada bagian sales retail memiliki jumlah target yang sama sejumlah 375 galon pada setiap harinya dan terdapat 2 orang pada bagian sels Pareto dengan target penjualan sejumlah 1000 galon pada setiap harinya. Namun pada bulan Januari 2024 perusahaan ini mengalami penurunan penjualan khususnya pada penjualan Aqua galon, pada bulan januari perusahaan ini hanya mampu menjual 80.000 galon Aqua sedangkan target penjualan galon sebesar 130.000 galon yang artinya hanya mendapatkan 70% penjualan, sedangkan penjualan pada Aqua kardus sebesar 100.000 kardus. Tujuan dari penelitian ini antara lain untuk mengetahui factor dan atribut mana yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dengan melakukan pengolahan menggunakan metode Kano Model. Berdasarkan dari penelitian ini greade M dimana apabila kinerja atribut ini rendah maka kepuasan pelanggan akan sangat menurun, atribut yang masuk pada kategori tersebut yakni P2(Apakah

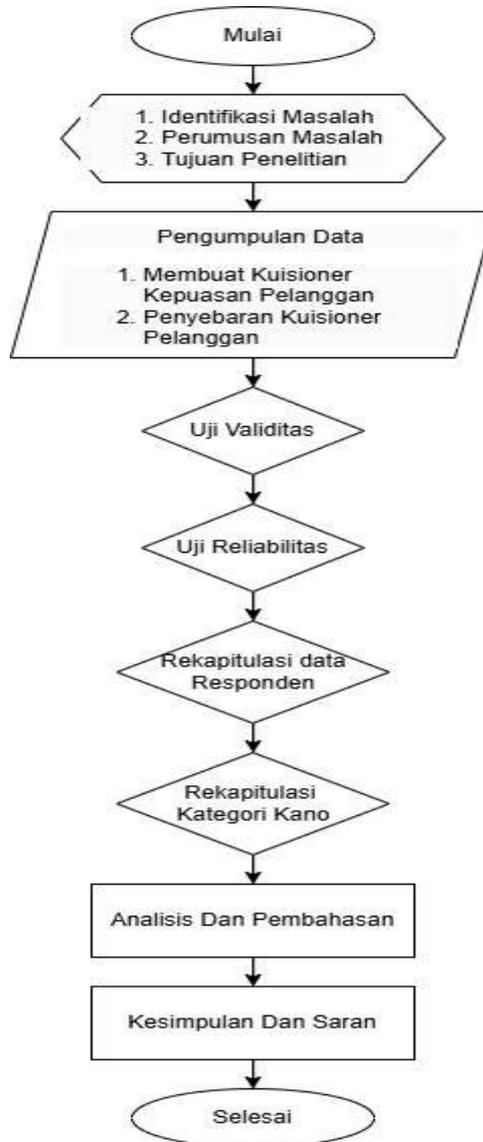
promo produk selalu disampaikan), P4(Bagaimana respon sales apabila toko melakukan order diluar rute kunjungan), P10(Apakah pengirim selalu meminta imbalan saat proses pengiriman), P15(Apakah produk kompetitor lebih menarik dibandingkan dari Aqua).

Kata kunci: *Kepuasan pelanggan, Kano model.*

1. LATAR BELAKANG

Dalam jangka waktu satu bulan perusahaan ini memiliki target penjualan yang harus dicapai, khususnya pada CV Mitra Mulia Gamping memiliki target penjualan galon sejumlah 130,000 galon pada bulan Januari dan target Aqua kardus sejumlah 104,000 pada bulan Januari, jumlah target galon setiap harinya yaitu sejumlah 5.000 galon dan jumlah target harian untuk Aqua karton sejumlah 4.000 karton, pada bagian sales marketing yang berjumlah 10 orang dimana 8 orang pada bagian sales retail memiliki jumlah target yang sama sejumlah 375 galon pada setiap harinya dan terdapat 2 orang pada bagian sels Pareto dengan target penjualan sejumlah 1000 galon pada setiap harinya. Namun pada bulan Januari 2024 perusahaan ini mengalami penurunan penjualan khususnya pada penjualan Aqua galon, pada bulan Januari perusahaan ini hanya mampu menjual 80.000 galon Aqua sedangkan target penjualan galon sebesar 130.000 galon yang artinya hanya mendapatkan 70% penjualan, sedangkan penjualan pada Aqua kardus sebesar 100.000 kardus, dilihat dari penurunan penjualan pada bulan Januari terdapat beberapa faktor yang mengakibatkan penjualan tidak dapat memenuhi target yang telah ditentukan, salah satu faktor yang mempengaruhi penurunan penjualan antara lain terdapat masalah pada service level pada Perusahaan ini, pada dasarnya Perusahaan ini telah menerapkan SOP tentang pengiriman barang yaitu *one day 1* yang berarti apabila pesanan dipesan hari ini maka pesanan harus dikirim H +1 namun pada kenyataannya masih terdapat masalah pada pengiriman barang yang tidak sesuai dengan *lead time* yang telah ditetapkan, selain itu juga kurangnya pelayanan pada konsumen seperti promo harga tidak tersampaikan ke toko yang seharusnya konsumen bisa membeli produk lebih banyak dengan adanya promo tersebut sehingga konsumen merasa tidak puas, dan munculnya kompetitor baru dengan menggunakan kemasan yang lebih praktis sehingga mengakibatkan terjadinya daya Tarik konsumen berkurang, pelayanan yang mengakibatkan konsumen tidak merasa puas antarlain seperti pelayanan pada sels dan pelayanan pada pengiriman barang dan masih terdapat beberapa atribut pelayanan yang membuat konsumen merasa tidak puas.

2. METODE PENELITIAN



Tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini untuk mendapatkan data yang lengkap dan benar, sehingga dilakukan tahapan penelitian dengan cara sebagai berikut

1. Identifikasi Masalah :

Mengumpulkan masalah yang terjadi Pada CV Mitra Mulia Gamping, serta merangkum pokok-pokok permasalahan yang menjadi tujuan dari penelitian, dan mulai memilih objek yang akan di teliti dengan metode kano.

Metode Kano adalah metode yang sering di pakai untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu layanan dan produk, Hasil dari penelitian

dengan metode kano nantinya dapat menjadi pertimbangan bagi perusahaan untuk kedepannya di dalam mengambil Langkah dan menciptakan inovasi baru yang dapat memuaskan konsumen di dalam membeli suatu produk yang di keluarkan oleh perusahaan (Hutabri, 2017).

2. Rumusan Masalah :

a. Subjek : melakukan observasi Studi Pustaka

b. Objek : Penjualan Produk Air Minum Dalam Kemasan dengan merk Aqua

3. Studi Pustaka :

Studi pustaka yang dilakukan yaitu mencari Referensi penelitian yang sesuai dari jurnal-jurnal internasional dan nasional berdasarkan Metode terkait. Yang nantinya akan menjadi acuan utama dan referensi yang akan membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian.

4. Pengumpulan Data :

Tahapan pada pengumpulan data yaitu dengan mengumpulkan data penjualan pada bulan Januari dan menyebarkan kuesioner kepuasan pelanggan kepada para responden dibuat menggunakan aplikasi google form. kuesioner nantinya akan di sebarkan kepada para konsumen yang membeli atau memesan produk Aqua. Kuesioner yang telah di isi nantinya akan di kumpulkan untuk keperluan olah data dengan menggunakan Microsoft Excel.

5. Pengolahan Data :

Tahapan dalam

a. Rekapitulasi Data Responden :

Pada Tahap Rekapitulasi data Kuesioner, semua responden yang telah melakukan pengisian kuesioner akan diurutkan berdasarkan kategori umur dan Jenis kelamin

b. Melakukan Uji Validitas :

Uji validitas bertujuan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak dengan

enggunakan alat ukur yang digunakan yaitu kuesioner yang akan di sebarakan oleh peneliti kepada responden. Kuesioner yang telah diisi oleh responden akan diolah dengan SPSS, dan di analisis apakah kuesioner sudah bisa dikatakan valid. Pada uji validitas, kuesioner yang telah diisi kemudian di analisis dengan Apabila r hitung yang di peroleh $> r$ tabel, maka atribut pertanyaan pada kuesioner yang berkorelasi signifikan terhadap skor total, yang artinya atribut kuesioner bisa dikatakan valid. Begitupun sebaliknya, jika r hitung $< r$ table maka atribut kuesioner tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total, yang artinya kuesioner tersebut tidak valid.

c. Melakukan Uji Reabilitas

Ujii Reabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi pada sebuah angket kuesioner yang di gunakan oleh peneliti, apakah angket kuesioner tersebut konsisten dan dapat diandalkan meskipun dipakai berulang kali dengan kuesioner yang sama tetapi dengan kurun waktu yang berbeda-beda.

d. Rekapitulasi Kuesioner Kano:

Pada Tahap Rekapitulasi Kuesioner Kano, Kuesioner yang telah di isi oleh responden selanjutnya akan di rekapitulasi dalam tabel kano dengan excel.

e. Rekapitulasi Kategori (*grade*)

Rekapitulasi pada Kategori (*grade*) Kano, semua atribut selanjutnya akan diolah dengan menggunakan metode *bleauth Formula*

Data kuesioner konsumen yang telah di kelompokkan berdasarkan jenis kelamin dan umur, kemudian akan diolah dengan metode pengolahan Kano analisis.

Kemudian data-data akan diolah dengan menggunakan Aplikasi microsof Excel, yang akan di analisis sesuai *grade*.

6. Analisis Pembahasan :

Data kuesioner metode Kano yang sudah diolah kemudian akan di analisis dan di kategorikan sesuai dengan posisi pada grafik, untuk Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap penjualan produk Aqua.

7. Kesimpulan Saran :

Data yang sudah diolah dan di analisis akan di disimpulkan menurut hasil olahan data dan kemudian akan di ajukan saran kepada pihak perusahaan terkait, sebagai acuan dan pertimbangan dalam melakukan tinjauan dan evaluasi untuk perusahaan kedepannya .

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas menjadi uji pertama kali yang dilakukan pada penelitian ini, dikarenakan pada uji validitas ini dilakukan untuk memastikan apakah kuesioner yang telah dibuat mampu mengukur apa yang seharusnya diukur antara data yang sesungguhnya dengan yang dilaporkan peneliti. Sehingga dapat diketahui apakah variable yang telah ditentukan indikatornya dan telah dirubah menjadi pertanyaan atau pernyataan yang diisi responden dapat mengukur variable itu sendiri. Setelah dilakukannya uji validitas menggunakan SPSS dapat diketahui nilai validitas dengan cara mengkorelasikan skor setiap pertanyaan dengan skor total.

Pada penelitian ini dilakukan dengan mempersiapkan daftar pertanyaan kuesioner yang akan digunakan, kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 5 aspek dengan total pertanyaan sebesar 15 pertanyaan. Dimana pada aspek pertama tentang *Reability* dengan total pertanyaan 3, kemudian dengan aspek mengenai *Responsives* dengan jumlah pertanyaan sebesar 3, dan Aspek tentang atribut *Assurance* dengan total pertanyaan sebesar 2 pertanyaan, kemudian aspek mengenai *Empaty* dengan total pertanyaan sebesar 4 pertanyaan, dan terakhir *Tangibles* dengan jumlah 2 pertanyaan. Dengan jumlah responden sebesar 50 responden maka dapat ditentukan bahwa nilai r Tabel yaitu 0,279 yang artinya nilai r hitung harus > dari nilai r Tabel.

Dapat diketahui Hasil dari Uji Validitas pada pengolahan data diatas, diketahui bahwa padan nilai r Tabel 0,279, dengan jumlah responden dengan total 50 responden dan disetiap atribut pertanyaan memiliki nilai yang berbeda dapat diperoleh hasil olah data menggunakan aplikasi SPSS dimana pada setiap atribut kuesioner yang telah disebarkan memiliki nilai r hitung adalah 0,529 dan nilai r Tabel 0,279. Nilai pada Tabel r hitung $>$ r Hitung yaitu $0,529 > 0,279$. Maka dapat ditarik kesimpulan pada kolom keterangan disetiap atribut pertanyaan dinyatakan valid yang artinya lolos pada tahap uji validitas dan kuesioner dinyatakan layak untuk disebarkan kepada responden. Setelah melalui uji validitas dan telah dikatakn valid pengolahan ini dilanjutkan dengan melakukan uji Reliabilitas.

5.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada suatu instumen penelitian adalah sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah suatu kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian sudah dikatakan reliabel atau tidak. Pada uji reliabilitas penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis *Alpha Cronbach*. Dimana apabila suatu variable menunjukkan nilai *Alpha Cronbach* $>0,60$ maka dapat disimpulkan bahwa variable tersebut dapat dikatakan reliabel atau konsisten.

Berdasarkan uji reliabilitas kuesioner yang telah diolah menggunakan SPSS diketahui nilai reliabilitas kuesioner 0,750 yang artinya nilai *Alpha Cronbach* dari kuesioner $> 0,060$, kemudian ketentuan lain, reliabel atau tidaknya nilai kuesioner tersebut perlu dibandingkan dengan ketentuan reliabilitas yang sudah diakui.

Dari hasil pengolahan data Reliabilitas pada tabel diatas dapat diketahui nilai *Cronbach's Alpha* pada Tabel *reliability* diatas adalah 0,750 dan nilai dari *N of items* adalah . Maka dapat disimpulkan nilai Cronbach alpha pada Uji Reliabilitas kuesioner tabel diatas lebih besar dari standar Cronbach Alpha 0,60. Maka kuesioner dapat dikatakan reliabel. Pada uji reliabilitas pada setiap atribut didapatkan hasil reliabel atau konsisten.

5.2 Analisis Diagram Kano

Hasil dari diagram Kano pada pengolahan data diatas setelah dihitung menggunakan microsoft excel yang bertujuan untuk mengetahui atribut mana yang masuk pada kategori

Atractive yaitu dimana persyaratan ini merupakan kunci dari kepuasan konsumen yang memiliki pengaruh paling besar pada kepuasan konsumen jika diberikan, *One-dimensional* pada tipe ini kepuasan konsumen berbanding secara proporsional tingkat pemenuhan kebutuhan konsumen, dimana semakin tinggi tingkat penentuan kebutuhan dari konsumen, maka semakin tinggi derajat kepuasan konsumen dan sebaliknya. *Indiffernt* dalam kategori ini dimana pelanggan tidak memperdulikan apakah fitur tersebut ada atau tidak ada dan membuat perbedaan nyata dalam reaksi kepuasan dalam produk tersebut. dan *Must-be* merupakan Aspek dasar yang harus ada pada suatu produk atau jasa. Jika persyaratan dasar ini tidak ada tidak dipenuhi atau kurang maka konsumen akan merasa sangat tidak puas.

Dari perhitungan dengan total pertanyaan sebesar 15 pertanyaan dan dalam setiap pertanyaan memiliki nilai yang berbeda telah didapatkan nilai *if better than* dengan nilai rata-rata 0,558 dan nilai *if worse than* dengan nilai rata-rata sebesar 0,364. Pada diagram kano yang telah ditentukan nilai *if worse than* dan nilai *if better than*, terdapat 5 kategori pertanyaan pada kategori *Atractive* yaitu P1(Apakah sales selalu melakukan kunjungan rutin pada jadwal kunjungan?), P2(Apakah promo produk selalu disampaikan), P3(bagaimana pelayanan sales saat melakukan kunjungan), P10(Apakah pengirim selalu meminta imbalan saat proses pengiriman), P15(Apakah produk kompetitor lebih menarik dibandingkan dari Aqua), dan pada kategori *One dimensional* terdapat 1 kategori pertanyaan P7(Bagaimana respon petugas apabila terjadi kesalahan pemesanan produk). Terdapat 8 kategori pertanyaan pada *must be*, yaitu, P4(Bagaimana respon sales apabila toko melakukan order diluar rute kunjungan), P5(Berapa lama waktu pemesanan sampai barang terkirim),P6(Bagaimana kinerja sales saat menyampaikan informasi), P8(Apakah sales sering malakukan kesalahan saat melakukan transaksi penjualan) P12(Apakah program yang diberikan cukup menarik untuk toko),P13(Apakah kemasan produk cukup menarik untuk dayabeli konsumen), P14(Apakah promo harga cukup menarik), dan 1 kategori pada kolom indeferent, yaitu P11(Apakah bonus yang dijanjikan selalu tersampaikan).

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan metode Kano dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dapat diketahui Hasil dari Uji Validitas pada pengolahan data diatas, diketahui bahwa padan nilai r Tabel 0,279, dengan jumlah responden dengan total 50 responden dan disetiap atribut pertanyaan memiliki nilai yang berbeda dapat diperoleh hasil olah data menggunakan aplikasi SPSS dimana pada setiap atribut kuesioner yang telah disebarakan memiliki nilai r hitung adalah 0,529 dan nilai r Tabel 0,279. Nilai pada Tabel r hitung $>$ r Hitung yaitu 0,529 $>$ 0,279. Maka dapat ditarik kesimpulan pada kolom keterangan disetiap atribut pertanyaan dinyatakan valid yang artinya lolos pada tahap uji validitas dan kuesioner dinyatakan layak untuk disebarakan kepada responden. Setelah melalui uji validitas dan telah dikatakn valid pengolahan ini dilanjutkan dengan melakukan uji Reliabilitas. Kesimpulan yang didapatkan pada laporan ini adalah kenyataannya masih terdapat masalah pada pengiriman barang yang tidak sesuai dengan *lead time* yang telah ditetapkan, selain itu juga kurangnya pelayanan pada konsumen seperti promo harga tidak tersampaikan ke toko yang seharusnya konsumen bisa membeli produk lebih banyak dengan adanya promo tersebut sehingga konsumen merasa tidak puas, dan munculnya competitor baru dengan menggunakan kemasan yang lebih praktis sehingga mengakibatkan terjadinya daya Tarik konsumen berkurang, pelayanan yang mengakibatkan konsumen tidak merasa puas antarlain seperti pelayanan pada sales dan pelayanan pada pengiriman barang dan masih terdapat beberapa atribut pelayanan yang membuat konsumen merasa tidak puas.
2. Dari hasil olah data diatas atribut yang menyebabkan penurunan kepuasan pelanggan pada Produk Aqua ini terdapat empat atribut yang mendapatkan greade M dimana apabila kinerja atribut ini rendah maka kepuasan pelanggan akan sangat menurun, atribut yang masuk pada kategori tersebut yakni P2 dari pertanyaan trsebut didapatkan nilai dengan jawaban yang masuk dalam kategori *Atractive* sebesar 13 responden dan dalam kategori *Must-be* sebesar 26 responden,, dan kategori *One-dimentional* sebesar 1 respponden, *Indifferent* sebesar 8 responden kemudian pada P4 pada kategori *Atractive* sebesar 4 responden, *Must-be* sebesar 21 kategori *One-dimentional* sebesar 4 responden dan *Indifferent* sebesar 3 responden, pada P10 dengan kategori *Atractive* sebesar 20 responden, *Must-be* 24 responden , *One-dimentional*

sebesar 2 responden dan *Indifferent* 1 responden, dan pada P15 dengan kategori *Attractive* 14 responden, *Must-be* 15 responden pada *One-dimensional* sebesar 3 responden, dan kategori *Indifferent* 11 responden.

3. Dari olah data diatas atribut yang menjadi daya Tarik konsumen antara lain terdapat 5 kategori pertanyaan Dimana pada pertanyaan yang masuk pada kategori *Attractive* yaitu terdapat pada atribut *Reability*, *Empaty* dan *Tangibles*, dan pada kategori *One dimensional* terdapat 1 atribut yaitu *Responsives* dan 1 kategori pada kolom *indeferent*, yaitu atribut *Empaty*.

SARAN

CV MITRA MULIA harus lebih meningkatkan kualitas pelayanannya, dan untuk atribut yang masuk pada kategori *must be* harus dipertahankan pelayanannya karena dengan menurunnya kinerja layanan pada atribut tersebut akan berdampak kepada kepuasan pelanggan atau konsumen.

DAFTAR REFERENSI

- Maulana, I., & Permana, D. J. (2019). Upaya Meningkatkan Kualitas Produk Bakso Berdasarkan Model Kano di CV Mett Ball Foods. *Jurnal Optimasi Teknik Industri (JOTI)*, 1(1), 25.
- Dewi, S. K. (2019). Identifikasi Atribut Kepuasan Pelanggan dengan Model KANO. *Prosiding Seminar Nasional IENACO*, 423–429.
- Indra, A. S. N., & Rukmayadi, D. (2019). Analisa Atribut dan Pengembangan Produk Croissant Pada PT.XYZ dengan Metode Kano dan Quality Function Deployment. *Jurnal Seminar Nasional Sains Dan Teknologi*, 1–8.
- Rahmah, C. A. (2020). , Dengan Jumlah Sampel Yaitu 87 Orang. *Jurnal Manajemen Tools*, 12(2), 30–44.
- Muhammad, R. (2021). *Aplikasi Metode Kano Dalam Menganalisis Sistem Pelayanan Online Akademik FST UIN SUSKA Riau pada masa Pandemi Covid-19*. 18(02), 180–187.

Rahmah, C. A. (2020). , Dengan Jumlah Sampel Yaitu 87 Orang. *Jurnal Manajemen Tools*, 12(2), 30–44.

Bangun, V. J. O., Rohayati, (2021). Perancangan Program Komunikasi Pemasaran Menggunakan Information Quality Dan Model Refined Kano Pada Instagram Kotama Shoes. *EProceedings ...*, 8(5), 7947–7956.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/engineering/article/view/16156%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/engineering/article/view/16156/15866>

Mujibulloh, A., & Jakaria, R. B. (2022). *Perancangan Desain Produk Sepatu Safety Dengan Menggunakan Metode Kansei Engineering Dan Model Kano (Studi Kasus Desain Sepatu Karyawan PT Kalam Leverage Mulia)*. 20(1), 33–39.

Puspita, R. M., & Santoso, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Pendukung Terhadap Kepuasan Pelanggan Stasiun Lempuyangan Yogyakarta. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 69–80.
<https://doi.org/10.26533/eksis.v13i1.170>

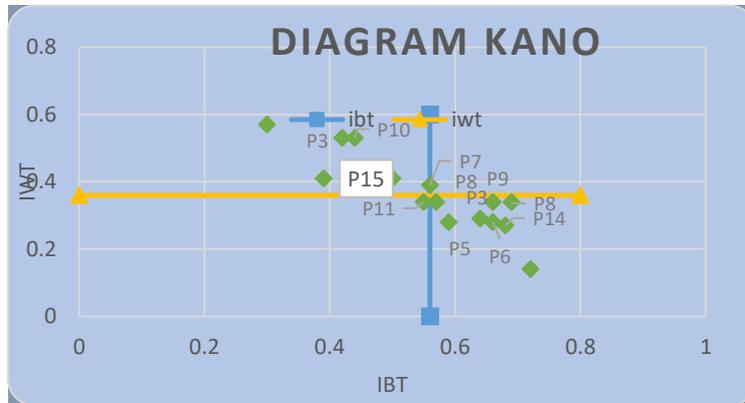
Bakhtiar, A., Susanty, A., & Massay, F. (2022). Analisis kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan menggunakan metode Servqual dan Model Kano. (Studi Kasus: PT. PLN UPJ Semarang Selatan). (*Studi Kasus: PT. PLN UPJ Semarang Selatan*), 5(2), 77–84.

Catatan Kaki

NO	INDIKATOR	VARIABEL	JUMLAH
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	41
		Perempuan	9
2	Usia	15-20	13
		20-60	37

(Sumber: Olah Data 2024)

Diagram Kano



Gambar 4. 1.Kano Analysis (Sumber: Olah Data,2024)

Dari diagram Kano diatas, terdapat 4 kategori yang terdiri dari, Atractive, one-dimentional, must be dan indeffrent. Terdapat 5 kategori pertanyaan pada kategori Atractive yaitu P1(Apakah sales selalu melakukan kunjungan rutin pada jadwal kunjungan?), P2(Apakah promo produk selalu disampaikan), P3(bagaimana pelayanan sles saat melakukan kunjungan), P10(Apakah pengirim selalu meminta imbalan saat proses pengiriman), P15(Apakah produk competitor lebih menarik dibandingkan dari Aqua), dan pada kategori One dimentional terdapat 1 kategori pertanyaan P7(Bagaimana respon petugas apabila terjadi kesalahan pemesanan produk). Terdapat 8 kategori pertanyaan pada must be, yaitu, P4(Bagaimana respon sales apabila toko melakukan order diluar rute kunjungan), P5(Berapa lama waktu pemesanan sampai barang terkirim),P6(Bagaimana kinerja sales saat menyampaikan informasi), P8(Apakah sales sering malakukan kesalahan saat melakukan transaksi penjualan) P12(Apakah program yang diberikan cukup menarik untuk toko),P13(Apakah kemasan produk cukup menarik untuk dayabeli konsumen), P14(Apakah promo harga cukup menarik), dan 1 kategori pada kolom indeferent, yaitu P11(Apakah bonus yang dijanjikan selalu tersampaikan).