
Pengaruh Edukasi Jenis Lensa Terhadap Keputusan Pembelian Kacamata Pada Pelanggan Optik Internasional Malang Tahun 2022

Febriani Tri Setyaning Tyas¹, Darmono², M. Abdul Ghoni Rohimin³

^{1,2,3} Akademi Refraksi Optisi Leprindo Jakarta, Indonesia

E-mail: febrianitst@gmail.com¹

Abstract

One of the most important human senses is the eye. The eye is an organ of vision capable of detecting light. One of the eye disorders is refractive error such as myopia, hypermetropia, and astigmatism which can be corrected with glasses. The advancement of the world of eyeglasses gave rise to a wide selection of frames and lenses. Lens materials have also developed and are available with a variety of options that can be tailored to the needs, daily activities, comfort of the lens user. So as an optician, it is obligatory to give directions, explain and educate in terms of choosing lenses that can be in accordance with the needs, desires, comfort, and safety for eyeglass users.

This study aims to determine, analyze and test the effect of education on the type of lens on the decision to purchase glasses. The population in this study is the international optical customers of Malang branch, only 30 customers who meet the criteria of the research sample that have been determined. The data analysis technique was carried out by using validity tests, reliability tests, normality tests, simple linear regression tests and hypothesis testing using the T test with the help of SPSS.

From the results of research on 30 respondents who have been educated about the type of lens, as many as 24 samples or 83.3% chose lenses made of plastic and 5 samples or 16.7% chose glass lenses. From the results of the hypothesis using the T-test obtained, it shows a significance value of less than

so it can be concluded that the influence of education on the type of lens has a positive and significant influence on the decision to buy glasses at Optik Internasional in the period March - May 2022.

PUBLISHED BY:

Jurnal Optometri

Address:

Jl. Ciputat Molek Selatan Sel No. 1C, Pisangan - Kec. Ciputat
Kota Tangerang Selatan - Banten Indonesia

Email: lppm@aroleprindo.ac.id

Article history: (dilengkapi oleh admin)

Submitted 15 Desember 2023

Accepted 15 Desember 2023

Published 21 Desember 2023

**Barcode Keaslian
(dilengkapi oleh admin)**

Abstrak

Salah satu panca indera manusia yang sangat penting adalah mata. Mata adalah organ penglihatan yang mampu mendeteksi cahaya. Salah satu dari gangguan mata yaitu kelainan refraksi seperti myopia, hypermetropia, dan astigmatism yang dapat dikoreksi dengan kacamata. Kemajuan dari dunia perkacamata memunculkan beragam pilihan bingkai dan lensa. Material lensa juga telah berkembang dan tersedia dengan beragam macam pilihan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan, aktifitas sehari – hari, kenyamanan dari pengguna lensa. Sehingga sebagai optician berkewajiban memberi arahan penjelasan dan mengedukasi dalam hal pemilihan lensa yang dapat sesuai dengan kebutuhan, keinginan, kenyamanan, dan aman bagi pengguna kacamata.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis dan menguji pengaruh edukasi jenis lensa terhadap keputusan pembelian kacamata. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Optik internasional cabang Malang, hanya 30 pelanggan yang memenuhi kriteria sampel penelitian yang telah ditetapkan. Teknik analisis data dilakukan dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji regresi linier sederhana dan pengujian hipotesis menggunakan uji T dengan bantuan SPSS.

Dari hasil penelitian terhadap 30 responden yang sudah diedukasi tentang jenis lensa, sebanyak 24 sampel atau sebesar 83,3% memilih lensa berbahan plastik dan 5 sampel atau sebesar 16,7% memilih lensa kaca. Dari hasil hipotesis menggunakan uji T yang diperoleh menunjukkan nilai signifikansi kurang dari 0,05 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa pengaruh edukasi jenis lensa memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kacamata di Optik Internasional pada periode bulan Maret – Mei 2022.

Kata Kunci: Edukasi, Jenis Lensa, Pembelian Kacamata

*Penulis Korespondensi:

Nama, email: **Febriani Tri Setyaning Tyas**, febrianitst@gmail.com



This is an open access article under the CC-BY license

PENDAHULUAN

Salah satu panca indera manusia yang sangat penting adalah mata. Mata adalah organ penglihatan yang mampu mendeteksi cahaya. Mata berfungsi untuk membedakan gelap atau terang, memberi persepsi visual bagi penglihatan manusia. Pada penglihatan manusia terkadang terjadi gangguan pada penglihatan mata, salah satunya adalah kelainan refraksi yaitu myopia, hypermetropia, dan astigmatism (Pratiwi, 2021).

Kelainan refraksi yang terjadi dapat dikoreksi dengan kacamata atau lensa kontak. Kacamata ialah bingkai atau frame yang menopang 2 buah lensa baik kaca maupun plastik yang dapat digunakan seseorang didepan mata untuk memperbaiki tajam penglihatan, melindungi mata dari sinar matahari atau UV bahkan bisa menjadi aksesoris fashion.

Maju pesat dunia perkacamataan memunculkan banyak sekali pilihan bingkai dan lensa kacamata dengan beragam yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan. Bingkai kacamata yang dipilih begitu penting bagi penampilan dan kenyamanan saat mengenakan kacamata. Namun lensa kacamata yang dipilih mempengaruhi empat faktor yaitu penampilan, kenyamanan, penglihatan dan keamanan.

Awalnya satu – satunya pilihan kacamata hanya menggunakan material lensa dari kaca. Semakin berkembangnya dan majunya zaman, material lensa telah berkembang dengan berbagai macam yang tersedia dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan, aktifitas yang dilakukan setiap hari, kenyamanan dari pengguna kacamata.

Sebagai *optician* sudah menjadi kewajiban untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen mengenai segala sesuatu yang berkaitan tentang alat bantu penglihatan. Dengan memberikan arahan, penjelasan serta mengedukasi dalam hal pemilihan frame, lensa atau produk pelayanan lainnya agar konsumen mendapatkan kacamata yang nyaman, aman, sesuai keinginan dan kebutuhannya.

METODE

Jenis penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk mengetahui pengaruh edukasi jenis lensa terhadap keputusan pembelian kacamata. Penelitian akan dilaksanakan pada bulan Maret - Mei 2022 di Optik Internasional Malang.

Tempat penelitian dilakukan di Optik Internasional Malang yang beralamatkan di Jl. Sukoharjo wiryopranoto No. 25B Malang - Jawa Timur. Waktu penelitian dilakukan pada tanggal Maret - Mei 2022. Populasi pada penelitian ini sebanyak 30 *customer* berusia 20 – 60 tahun yang menjadi pelanggan Optik Internasional Malang pada bulan Maret - Mei 2022. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 30 *customer* berusia 20 – 60 tahun yang menjadi pelanggan Optik Internasional Malang pada bulan Maret - Mei 2022.

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer. Sumber data primer dari penelitian ini didapat sumber informasi dari orang atau individu. Dilakukan secara langsung dengan hasil wawancara dan observasi dengan menggunakan kuesioner. Analisis data dengan penghitungan statistik, dengan menguji instrumen antara lain Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Regresi Linier Sederhana dan Uji Hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan di Optik Internasional Jl. Sukoharjo wiryopranoto No. 25B Malang - Jawa Timur. Dari hasil penelitian dideskripsikan dalam skor tertinggi dan skor terendah.

Tabel 4.2 Skor tertinggi dan skor terendah

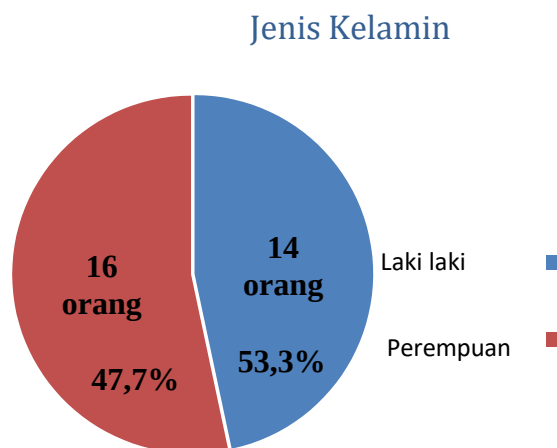
Kategori	Penilaian
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu - ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Tabel 4.3 Statistik

		Jenis kelamin	Usia	Pekerjaan	Pemilihan bahan lensa
N	Valid	30	30	30	30
	Mising	0	0	0	0

Berdasarkan tabel 4.3 tentang jenis kelamin , usia dan pekerjaan dapat tervalidasi jumlah responden 30 sampel.

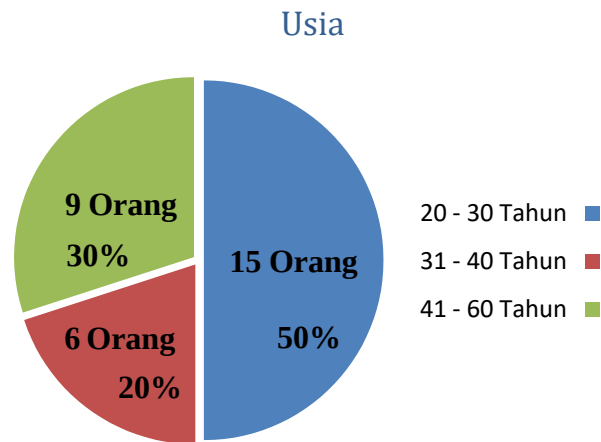
Berdasarkan pada hasil penelitian terhadap 30 orang responden dalam penelitian ini dibagi menjadi dua kelompok, yaitu jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Pada gambar 4.3 dapat dilihat karakteristik responden berdasarkan usia.



Gambar 4.3. Data Jenis Kelamin Responden

Dari diagram karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, jumlah responden terbanyak pada jenis kelamin perempuan sebesar 53,3% atau 16 orang dan jenis kelamin laki - laki adalah jumlah responden yang paling sedikit yaitu 46,7% atau 14 orang.

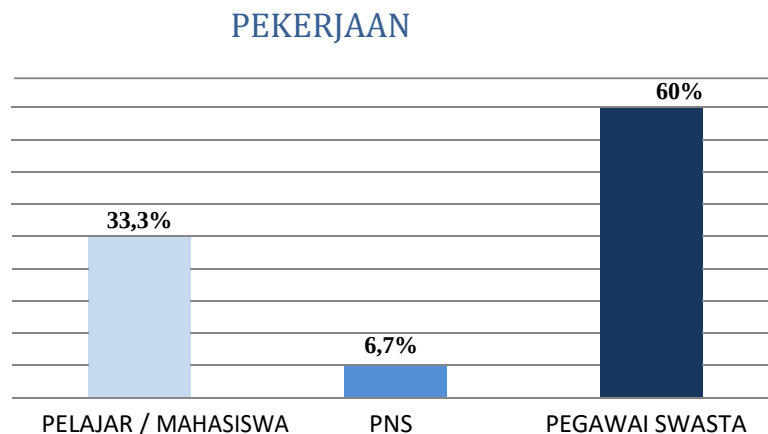
Berdasarkan pada hasil penelitian terhadap 30 orang responden dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu usia 20 – 30 tahun, 31 - 40 tahun dan 41- 60 tahun. Pada gambar 4.4 dapat dilihat karakteristik responden berdasarkan usia.



Gambar 4.4. Data Usia Responden
(Sumber Data : Primer SPSS 2022)

Dari diagram karakteristik responden berdasarkan usia, jumlah responden terbanyak pada kelompok usia 20 - 30 tahun sebesar 50% atau 15 orang. Kelompok usia 41 – 60 tahun sebanyak 30% atau 9 orang. Sedangkan pada kelompok usia 31 - 40 tahun adalah jumlah responden yang paling sedikit yaitu 20% atau 6 orang.

Berdasarkan pada hasil penelitian terhadap 30 orang responden dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu pegawaiswasta, wiraswasta dan pegawai negeri. Pada gambar 4.5 dapat dilihat karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

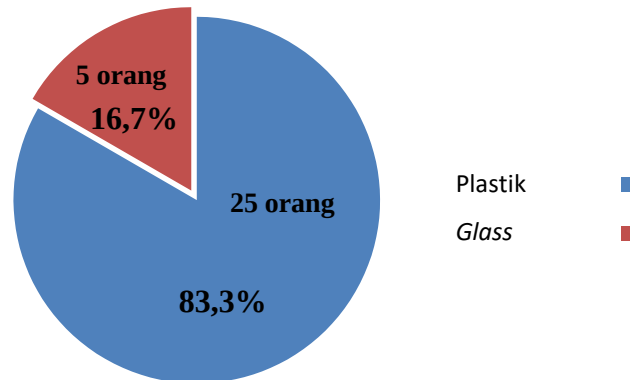


Gambar 4.5. Diagram Data Pekerjaan Responden (Sumber Data : Primer SPSS 2022)

Dari diagram karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, jumlah responden terbanyak pada kelompok pegawai swasta sebesar 60% atau 18 orang. Kelompok pelajar/mahasiswa sebanyak 33,3% atau 10 orang. Sedangkan pada kelompok PNS adalah jumlah responden yang paling sedikit yaitu 6,7% atau 2 orang.

Berdasarkan pada hasil penelitian terhadap 30 orang responden dalam penelitian ini dibagi menjadi dua kelompok, yaitu lensa berbahan dasar plastik dan lensa berbahan dasar *glass* atau kaca. Pada gambar 4.6 dapat dilihat karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Pemilihan Jenis Bahan Dasar Lensa



Gambar 4.6. Diagram Data Pekerjaan Responden (Sumber Data : Primer SPSS 2022)

Dari diagram karakteristik responden berdasarkan Pemilihan Jenis Bahan Dasar Lensa, jumlah responden terbanyak pada lensa berbahan dasar plastik sebesar 83,3% atau 25 orang dan lensa berbahan dasar kaca adalah jumlah responden yang paling sedikit yaitu 16,7% atau 5 orang.

Dalam uji validitas penelitian ini menggunakan 30 responden maka $N = 30$ sehingga besarnya nilai df adalah 28 dengan taraf signifikan 5% atau $df (28, 0,05)$, dan nilai r tabel sebesar 0,361. Sehingga dari hasil uji coba kuesioner yang dilakukan pada 30 responden memperoleh hasil uji validitas sebagai berikut :

Tabel 4.5 Perbandingan r hitung dan r tabel pada variabel edukasi

No. Item	Nilai r - hitung	Nilai r -tabel	Hasil
PX1	0,771	0,361	VALID
PX2	0,770	0,361	VALID
PX3	0,730	0,361	VALID
PX4	0,586	0,361	VALID
PX5	0,596	0,361	VALID
TOTAL Y	1	0,361	VALID

(Sumber Data : Primer SPSS 2022)

Berdasarkan tabel 4.5 di atas hasil dari uji validitas menunjukkan bahwa nilai r hitung dan r tabel yaitu $> 0,361$ dan bisa dinyatakan bahwa pertanyaan dari nomor 1 sampai 5 item di atas dinyatakan valid.

Tabel 4.7 Perbandingan r hitung dan r tabel pada variabel keputusan pembelian kacamata

No. Item	Nilai r - hitung	Nilai r -tabel	Hasil
PY1	0,868	0,361	VALID

PY2	0,716	0,361	VALID
PY3	0,776	0,361	VALID
PY4	0,648	0,361	VALID
PY5	0,607	0,361	VALID
TOTAL Y	1	0,361	VALID

Berdasarkan tabel 4.7 di atas hasil dari uji validitas menunjukkan bahwa nilai r hitung dan r tabel yaitu $> 0,361$ dan bisa di nyatakan bahwa pertanyaan dari nomor 1 sampai 5 item di atas dinyatakan valid.

Berdasarkan uji reliabilitas pada kedua variabel (X) dan (Y) mempunyai nilai *Cronbach's alpha* $> 0,6$. Sehingga dapat dikatakan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini *reliabel*.

Tabel 4.8 Hasil Uji Realibilitas Variabel X dan Y

Reliability Statistics		Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of items	Cronbach's Alpha	N of items
,601	5	,737	5

Berdasarkan uji normalitas kolmogorov-smirnov dapat di katakan bahwa data tersebut normal karena menunjukan nilai Asymp sig $> 0,05$.

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,11902555
Most Extreme Differences	Absolute	,102
	Positive	,072
	Negative	-,102
Test Statistic		,102
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,732 atau 73,2%.. Artinya ada hubungan antara variabel (X) dan variabel (Y).

Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,855 ^a	,732	,722	2,157
a. Predictors: (Constant), total_X				
b. Dependent Variable: total_Y				

Dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai t hitung $>$ t tabel maka H_0 di tolak (H_1 diterima). Berdasarkan tabel 4.14 menunjukkan nilai signifikan (Sig) $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $8,739 >$ t tabel 1.699. Maka bisa dinyatakan bahwa ada pengaruh antara edukasi jenislensa terhadap keputusan pembelian kacamata.

Tabel 4.11 Hasil Uji T (Uji Hipotesis)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,662	1,773		2,066	,048
	total_X	,802	,092	,855	8,739	,000
a. Dependent Variable: total_Y						

(Sumber Data : Primer SPSS 2022)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, yaitu pengaruh edukasi jenis lensa terhadap keputusan pembelian kacamata, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Setelah dilakukannya edukasi jenis lensa pada 30 sampel customer, yang memilih jenis lensa berbahan dasar plastik sebanyak 24 sampel customer atau sebesar 83,3%, 5 sampel customer atau sebesar 16,7% memilih jenis lensa berbahan dasar kaca (glass).
2. Berdasarkan hasil hipotesis yang menggunakan Uji T yang menunjukkan nilai signifikan (Sig). $0,000 < 0,05$. Dari hasil tersebut bisa ditarik kesimpulan bahwa pengaruh edukasi jenis lensa memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kacamata di Optik Internasional pada periode bulan Maret – Mei 2022.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada ARO Leprindo Jakarta atas bantuannya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anas Sudijono. (2010). Pengantar Statistik Pendidikan. Jakarta: Rajawali Press. Citek K. Anti-reflective coatings reflect ultraviolet radiation. *Journal of the American Optometric Association*, 2008. 79(3):143-148
- [2] Elkington AR, Frank HJ. *Clinical Optics*. 3rd edition London: Blackwell Science. 2006. hal 74-98.
- [3] Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [4] Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- [5] Kingslake R, Barry J. *Lens Design Fundamentals*. Edisi ke-2. United States of America: SPIE Press. 2010. hal. 137-172
- [6] Moleong, J, Lexy. 2007. Metode Penelitian Kualitatif. PT Remaja Rosdakarya. Bandung
- [7] Mohan K, Ashok S. How often are spectacle lenses not dispensed as prescribed. *Indian J Ophthalmol*. 2012. Nov-Dec; 60(6): 553–555
- [8] Notoatmojo, Soekidjo. 2003. Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan . Jakarta: Rineka Cipta.
- [9] Novida, E., & Sunandar, H. (2018). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Produk Lensa Kacamata Menggunakan Metode Promethee II, 17, 71–78.
- [10] Prasetyo, Waluyo (2016). Pembuatan Purwarupa Sistem Informasi Persediaan Optik. *Journal of Research and Technology*, Vol. 2 No. 2 Desember 2016.
- [11] Pratiwi (2021). Pengaruh Edukasi terhadap Keputusan Pembelian Lensa Anti Blue Ray pada Penderita Myopia Usia Remaja di Optik Red Green Palangka Raya Tahun 2021.
- [12] Sandrakh, Geralda S. 2013. Analisis Pengaruh Penilaian Konsumen Pada Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Produk Private Label (Studi pada Indomaret Banyumanik Semarang). Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.
- [13] Stephens GL. Spectacle lens Materials. Dalam: Benjamin BJ. Editor Borish's Clinical Refraction. China: Butterworth Heinemann Elsevier. 2006. 1026- 1100
- [14] Supandi, Y. D. K., (2021). Pengaruh Edukasi terhadap Keputusan Pembelian Lensa Photocromic pada customer yang bekerja di ;uar ruangan di Optik Terang Sedati, Sidoarjo pada Januari - Maret 2021.
- [15] Susiyanti. 2016. Pengaruh Edukasi Terstruktur Terhadap Pemilihan Kontrasepsi Pada Ibu Menyusui 0-6 Bulan. *Jurnal Keperawatan dan Kebidanan*
- [16] Tjahyadi, Rully Arlan and Kuswoyo, Chandra and Cen Lu, - and Irianto, William (2021) Pengaruh Edukasi Pelanggan pada Loyalitas Pelanggan Melalui Kualitas Jasa. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9 (1). pp. 346-354. ISSN 2549-192X