

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN DI OPTIK MELAWAI JEMURSARI SURABAYA  
TAHUN 2023**

**Karya Tulis Ilmiah**

Diajukan untuk memenuhi syarat-syarat mencapai jenjang pendidikan Diploma III Optometri



**Oleh:**

Rizki Vika Wibian Anugrah

NIM: 20101

**PROGRAM STUDI DIII OPTOMETRI  
AKADEMI REFRAKSI OPTISI LEPRINDO JAKARTA  
2023**

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

Karya Tulis Ilmiah ini telah diajukan pada seminar proposal dan siap untuk diujikan pada sidang akhir Pendidikan Diploma III Optometri Akademi Refraksi Optisi Leprindo Jakarta.

Jakarta, 29 September 2023

**Disetujui,**

Pembimbing Materi

Pembimbing Teknis



Nova Joko Pamungkas, A.Md.RO.,SE.,M.Kes  
NIDN. 03 27117508

J. FR. Sulistyorini, A.Md.RO  
NIP. 032512602044

**Disahkan,**

Direktur

Dian Leila Sari, A.Md.RO., SPd., M.Kes  
NIDN. 0319126402

## **HALAMAN PENGESAHAN**

Karya Tulis ini telah disetujui untuk diujikan pada sidang Karya Tulis Pendidikan  
Tinggi Diploma III Optometri Akademi Refraksi Optisi Leprindo Jakarta

### **Tim Penguji**

**Penguji I** : Maya Shafira, A.Md.ro., SE., MM ( )

**Penguji II** : Cheni Lee, OD, FIACLE ( )

**Penguji III** : Hendra Yudha, A.Md.RO., SE., MM ( )

## HALAMAN PENGESAHAN

Karya Tulis Ilmiah ini telah diujikan pada sidang akhir Pendidikan Tinggi Diploma III Optometri Akademi Refraksi Optisi Leprindo Jakarta pada tanggal 29 September 2023 dan telah diperbaiki sesuai dengan masukan tim penguji.

Jakarta, 29 September 2023

**Disetujui,**

Pembimbing Materi

Pembimbing Teknis



Nova Joko Pamungkas, A.Md.RO.,SE.,M.Kes  
NIDN. 03 27117508

J. FR. Sulistyorini, A.Md.RO  
NIP. 032512602044

**Disahkan,**

Direktur

Dian Leila Sari, A.Md.RO., SPd., M.Kes  
NIDN. 0319126402

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : Rizki vika wibian anugrah  
Tempat Tanggal Lahir : Sidoarjo, 1 April 2000  
Alamat rumah : Perumahan Larangan Mega Asri B 13  
Sidoarjo Agama : Islam

Riwayat Pendidikan :

1. Lulus SDN Sidokare 2 Sidoarjo , TAHUN 2012
2. Lulus SMP Hang Tuah 5 Candi Sidoarjo , TAHUN 2015
3. Lulus SMA Muhamadiyah 2 Sidoarjo , TAHUN 2018
4. Tercatat sebagai mahasiswa ARO LEPRINDO Program Studi DIII Optometri

Jakarta, 29 September 2023



Rizki Vika Wibian Anugrah

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan yang Maha Esa yang telah melimpahkan kasih karunianya berupa ilmu pengetahuan dan Kesehatan sehingga Karya Tulis Ilmiah (KTI) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Optik Melawai Jemursari Surabaya tahun 2023 dapat terselesaikan tepat pada waktunya.

Karya Tulis Ilmiah ini merupakan tugas akhir yang harus di selesaikan oleh penulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya. Keberhasilan penyusunan dan penulisan karya tulis ilmiah ini berkat bimbingan, pengarahan dan petunjuk dari berbagai pihak terutama orang tua penulis yang selalu memberikan doa dan motivasi baik moral maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikannya.

Pada kesempatan ini dengan penuh kerendahan hati penulis hendak mengucapkan terima kasih yang tulus kepada :

1. Ibu Dian Leila Sari. A.Md.RO.,S.Pd.,M.Kes. selaku direktur ARO Leprindo Jakarta.
2. Bapak Nova Joko Pamungkas, A.Md.RO.,SE.,M.Kes. selaku dosen pembimbing materi yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan kritikan dan saran penulis.
3. Ibu J. FR. Sulistyorini, A.Md.RO. selaku dosen pembimbing teknis yang telah meluangkan waktu untuk mengarahkan dan selalu memberikan semangat dorongan kepada penulis.
4. Bapak Hendra Yudha, A.Md.RO., SE., MM atas dukungan dan motivasi kepada penulis sehingga Karya Tulis Ilmiah ini selesai pada waktunya.
5. Rekan-rekan mahasiswa Akademi Refraksi Optisi Leprindo yang telah memberikan sumbangan saran dan dukungan dalam penyusunan Karya Tulis Ilmiah ini, khususnya Angkatan 43 Akademi Refraksi Optisi Leprindo Sidoarjo.
6. Semua pihak yang telah membantu demi kelancaran Karya Tulis Ilmiah yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Karya Tulis Ilmiah ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan, pengalaman dan waktu penyusunan. Untuk itu penulis mohon saran dan kritik yang bersifat membangun baik dari segi isi, kalimat dan penyajiannya,

penulis akan menerima dengan lapang dada demi kesempurnaan penulisan Karya Tulis Ilmiah dimasa mendatang. Penulis berharap semoga Karya Tulis Ilmiah ini bermanfaat bagi diri penulis dan para pembacapada umumny

Jakarta, 29 September 2023

Penulis

Rizki Vika Wibian Anugrah

## ABSTRAK

Optik merupakan sarana untuk memberikan alat bantu penglihatan. Kualitas pelayanan yang baik seiring perkembangan ekonomi, teknologi, persaingan bisnis di pasar global dan untuk mengimbangi harapan pelanggan supaya merasa puas dan mendorong penjualan.

Metode penelitian deskriptif kuantitatif, dilakukan di Optik Melawai Jemursari Surabaya dan dilaksanakan dari bulan Maret – April 2023. Populasinya adalah pengunjung yang datang di Optik Melawai Jemursari Surabaya, sampel 30 orang dan sumber data primer dengan wawancara dan kuesioner, hasil ukurnya berdasarkan skala likert.

Hasil penelitian berdasarkan tingkat kepuasan dimulai dari sangat puas lima responden, puas empat responden, cukup puas tiga responden, tidak puas dua responden dan sangat tidak puas satu responden. Berdasarkan jenis kelamin laki-laki 12 responden (40%), perempuan 18 responden (60%) dan usia 17 – 20 tahun sembilan responden (30%), usia 20 – 40 tahun 11 responden (36,7%), usia > 40 tahun 10 responden (33,3%). Berdasarkan pekerjaan untuk pelajar delapan responden (26,7%), PNS enam responden (20%), Pegawai swasta lima responden (16,7%), wiraswasta 11 responden (36,7%) dengan pendidikan SMP lima responden (16,7%), SMA/SMK 19 responden dan D3/S1 enam responden (20%).

Kesimpulan dari penelitian ini kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di Optik Melawai Jemursari Surabaya adalah sebesar 0,833 atau 83,3%, dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh pengaruh *service quality* secara bersamaan.

**Kata Kunci :** Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan



## **ABSTRACT**

*Optics is a means of providing vision aids. Good service quality along with economic development, technology, business competition in the global market and to keep pace with customer expectations to feel satisfied and boost sales.*

*The quantitative descriptive research method was conducted at Optik Melawai Jemursari Surabaya and carried out from March – April 2023. The population is visitors who come to Optik Melawai Jemursari Surabaya, a sample of 30 people and primary data sources with interviews and questionnaires, the measurement results are based on Likert scale.*

*The results of the study based on the level of satisfaction started from very satisfied five respondents, satisfied four respondents, quite satisfied three respondents, dissatisfied two respondents and very dissatisfied one respondent. Based on the type of kelaamin, men 12 respondents (40%), women 18 respondents (60%) and ages 17 – 20 years nine respondents (30%), ages 20 – 40 years 11 respondents (36.7%), age > 40 years 10 respondents (33.3%). Based on employment for students eight respondents (26.7%), civil servants six respondents (20%), private employees five respondents (16.7%), self-employed 11 respondents (36.7%) with junior high school education five respondents (16.7%), high school/ vocational school 19 respondents and D3 / S1 six respondents (20%).*

*The conclusion of this study is that customer satisfaction with the quality of service at Optik Melawai Jemursari Surabaya is 0.833 or 83.3%, positively and significantly influenced by the influence of service quality simultaneously.*

**Keywords :** *Service Quality, Customer Satisfaction*

## DAFTAR ISI

|                                              |      |
|----------------------------------------------|------|
| HALAMAN PERSETUJUAN.....                     | i    |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                      | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                      | iii  |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....                   | iv   |
| KATA PENGANTAR.....                          | v    |
| ABSTRAK .....                                | vii  |
| <i>ABSTRACT</i> .....                        | viii |
| DAFTAR ISI .....                             | ix   |
| DAFTAR GAMBAR .....                          | xii  |
| DAFTAR TABEL.....                            | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN .....                      | 1    |
| A. Latar Belakang Penelitian .....           | 1    |
| B. Rumusan Masalah.....                      | 3    |
| C. Batasan Masalah .....                     | 3    |
| 1. Ruang Lingkup Materi.....                 | 3    |
| 2. Ruang Lingkup Waktu.....                  | 3    |
| 3. Ruang Lingkup Tempat .....                | 3    |
| D. Tujuan Penelitian .....                   | 3    |
| E. Manfaat Penelitian .....                  | 3    |
| 1. Bagi Penulis.....                         | 3    |
| 2. Bagi Pembaca .....                        | 4    |
| 3. Bagi perusahaan.....                      | 4    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....                 | 5    |
| A. Landasan Teori .....                      | 5    |
| 1. Kualitas Pelayanan .....                  | 5    |
| 2. Fungsi Kualitas Pelayanan.....            | 5    |
| 3. Kepuasan Pelanggan.....                   | 8    |
| 4. Kemudahan.....                            | 9    |
| 5. <i>Product and Service Features</i> ..... | 10   |
| 6. Standart Pelayanan .....                  | 11   |

|                                                     |           |
|-----------------------------------------------------|-----------|
| 7. Sarana dan Prasarana .....                       | 18        |
| B. Kerangka Teori .....                             | 21        |
| C. Kerangka Konsep.....                             | 21        |
| D. Hipotesis .....                                  | 21        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>          | <b>23</b> |
| A. Jenis Penelitian .....                           | 23        |
| B. Tempat dan Waktu Penelitian.....                 | 23        |
| C. Populasi dan Sampel.....                         | 23        |
| 1. Populasi .....                                   | 23        |
| 2. Sampel .....                                     | 24        |
| D. Jenis dan Sumber Data.....                       | 24        |
| E. Teknik Pengambilan Sampel .....                  | 24        |
| F. Metode Analisis Data.....                        | 25        |
| G. Uji Instrumen .....                              | 25        |
| 1. Uji Validitas.....                               | 25        |
| 2. Uji Reliabilitas .....                           | 26        |
| 3. Uji Normalitas .....                             | 26        |
| 4. Analisis regresi sederhana .....                 | 26        |
| 5. Uji Hipotesis.....                               | 27        |
| H. Definisi Operasional.....                        | 28        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b> | <b>29</b> |
| A. Profil Perusahaan .....                          | 29        |
| 1. Sejarah perusahaan .....                         | 29        |
| 2. Visi dan Misi Perusahaan .....                   | 29        |
| 3. Struktur Organisasi Perusahaan.....              | 30        |
| B. Hasil Penelitian dan Pembahasan .....            | 30        |
| 1. Analisis Deskriptif.....                         | 30        |
| 2. Usia Responden .....                             | 31        |
| 3. Jenis Kelamin .....                              | 32        |
| 4. Pekerjaan .....                                  | 32        |
| 5. Pendidikan Terakhir .....                        | 32        |
| C. Analisa Data .....                               | 33        |

|                        |    |
|------------------------|----|
| 1. Uji instrumen ..... | 33 |
| 2. Uji Hipotesis ..... | 39 |
| BAB V PENUTUP .....    | 41 |
| A. Kesimpulan.....     | 41 |
| B. Saran.....          | 43 |
| DAFTAR PUSTAKA .....   | 44 |
| DAFTAR LAMPIRAN .....  | 46 |

## **DAFTAR GAMBAR**

|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| Gambar 2. 1 Kerangka Teori.....                  | 21 |
| Gambar 2. 2 Kerangka Konsep .....                | 21 |
| Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Perusahaan ..... | 30 |

## DAFTAR TABEL

|                                                         |    |
|---------------------------------------------------------|----|
| Tabel 3. 1 Definisi Operasional .....                   | 28 |
| Tabel 4. 1 Skor tertinggi dan skor terendah .....       | 31 |
| Tabel 4. 2 Statistik.....                               | 31 |
| Tabel 4. 3 Kriteria Usia.....                           | 31 |
| Tabel 4. 4. Jenis Kelamin.....                          | 32 |
| Tabel 4. 5. Kriteria Pekerjaan .....                    | 32 |
| Tabel 4. 6. Kriteria Pendidikan .....                   | 32 |
| Tabel 4. 7. Variabel Kualitas Pelayanan .....           | 34 |
| Tabel 4. 8. Variabel Kepuasan Pelanggan .....           | 35 |
| Tabel 4. 9. Reability Variable Kualitas Pelayanan ..... | 37 |
| Tabel 4. 10. Reability Variable Kepuasan Pelanggan..... | 37 |
| Tabel 4. 11. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....      | 37 |
| Tabel 4. 12. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....   | 38 |
| Tabel 4. 13. Model Summary.....                         | 39 |
| Tabel 4. 14. Anova.....                                 | 39 |
| Tabel 4. 15. Coefficientsa .....                        | 39 |

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Mata merupakan organ yang sangat penting bagi manusia. Kelainan refraksi merupakan kondisi dimana cahaya yang masuk ke mata tidak dapat difokuskan dengan jelas. Manusia dapat memperoleh informasi sebanyak 80% hanya dengan melihat. Mata dapat bekerja secara efektif menerima cahaya dengan rentang intensitas yang sangat lebar sekitar 10 milyar cahaya (Andriono, 2012).

Optik atau optikal merupakan sarana yang menyelenggarakan pelayanan pemeriksaan mata, pemeriksaan refraksi, serta pelayanan kacamata koreksi dan lensa kontak. Di Indonesia ada sekitar 80 juta penduduk yang menggunakan kacamata. Dan di Indonesia ada sekitar 4.500 optik. Kualitas pelayanan merupakan sikap dalam melayani para konsumen dengan sebaik mungkin dan bagaimana kita memenuhi serta menyampaikan keinginan para konsumen sesuai dengan yang diharapkan para konsumen (Bandu, 2013. ).

Faktor penentu kepuasan pelanggan diantaranya adalah kualitas pelayanan dan harga (Ari Prasetyo. Management Analysis Journal 1 (1), 2012). Menurut pelayanan suatu bentuk kegiatan dan manfaat yang ditawarkan kepada pihak lain dengan tanpa kepemilikan sesuatu. (Kotler, 2003).

Seiring perkembangan ekonomi dan teknologi serta persaingan

bisnis di pasar global, perusahaan bersaing untuk mampu memberikan produk dan pelayanan yang lebih memuaskan bagi para pelanggan serta menawarkan harga yang kompetitif. Dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dapat mendongkrak penjualan jasa dan menciptakan keunggulan tersendiri dibandingkan pesaing. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Tjiptono, 2003. )

Seperti yang diungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Maka suatu perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh pelanggan agar harapan mereka terpenuhi. (Kotler, 1997)

Jadi, sebagai penyedia jasa dan layanan optik harus memiliki pelayanan yang berkualitas supaya para pelanggan merasa puas dan akan mendongkrak penjualan di optik. Hal ini didukung oleh penelitian (Arik Setiawan 2016) dengan judul penelitian “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada Optik Melawai Cabang Jember” yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan teori. (Tjiptono, 2003. )

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dari uraian diatas penulis menganggap perlu mengangkat judul **Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Optik Melawai Jemursari Surabaya tahun 2023**



## **B. Rumusan Masalah**

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, penelitian ini berusaha untuk menjawab pertanyaan berikut: Apakah tingkat pelayanan Optik Melawai Jemursari Surabaya berkorelasi dengan tingkat kepuasan pelanggannya?

## **C. Batasan Masalah**

### **1. Ruang Lingkup Materi**

Dalam penyusunan karya tulis ini ruang lingkup materi dibatasi oleh mata kuliah manajemen optik

### **2. Ruang Lingkup Waktu**

Pengambilan data penelitian ini dimulai dari bulan Maret-April tahun 2023.

### **3. Ruang Lingkup Tempat**

Tempat pengambilan data dilakukan di Optik Melawai Jemursari Surabaya tahun 2023.

## **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membangun hubungan antara kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan di Optik Melawai Jemursari Surabaya pada tahun 2023.

## **E. Manfaat Penelitian**

### **1. Bagi Penulis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat diterapkan terutama tentang manajemen optik, sehingga suatu saat dapat menggunakannya untuk menciptakan layanan yang memuaskan pelanggan di tempat kerja.

## **2. Bagi Pembaca**

Masyarakat bisa diedukasi oleh hasil penelitian ini tentang pentingnya bagaimana kualitas pelayanan kepada kepuasan pelanggan.

## **3. Bagi perusahaan**

Diharapkan kesimpulan dari penelitian ini akan menjadi batu loncatan untuk pemikiran bisnis lebih lanjut, membantu perusahaan menentukan apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan dan meningkatkan kualitas layanan mereka, terutama di sektor optik. Khususnya di lingkungan Jemursari Melawai Surabaya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Kualitas Pelayanan**

Kualitas layanan juga dapat dilihat sebagai upaya untuk memenuhi permintaan pihak lain dengan imbalan insentif finansial. Kualitas didefinisikan sebagai derajat baik atau buruknya suatu pelayanan. Tingkat layanan dalam kaitannya dengan tuntutan dan persyaratan pengguna atau pelanggan dikenal sebagai kualitas layanan.

Kualitas pelayanan untuk dapat ditegakkan, service excellence harus dicapai dengan tindakan. Meskipun perilaku ini tidak terlihat dan mudah dilupakan, namun tetap dapat dirasakan dan diingat kembali. Hasilnya, klien dapat terlibat dengan produk dan layanan perusahaan secara lebih aktif (Cipta., 2006.)

##### **2. Fungsi Kualitas Pelayanan**

Layanan harus diberikan sesuai dengan fungsi layanan untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan.

###### **a. Tujuan Kualitas Pelayanan**

Tujuan dari diadakannya pelayanan adalah untuk membuat konsumen senang, dan dampaknya bagi perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya.

###### **b. Indikator Kualitas Pelayanan**

Kualitas berbagai jasa atau barang berikut telah

diidentifikasi melalui studi dan digunakan oleh konsumen untuk menilai kualitas jasa atau produk tersebut (Fandy Tjiptono, 2006) :

1) *Tangibles* (bukti fisik) :

Kemampuan usaha untuk membuktikan keberadaannya kepada pihak lain. Yang dimaksud dengan sarana dan prasarana fisik usaha, serta kawasan sekitarnya, memberikan bukti yang cukup atas pelayanan yang ditawarkan.

2) *Reabilitily* (kepercayaan)

Kapasitas bisnis untuk memberikan layanan secara tepat dan dapat diandalkan seperti yang dijanjikan. Ini memerlukan tekanan pada karyawan untuk melakukan pekerjaan mereka dengan baik dan memberikan layanan kepadaklien dalam kerangka waktu yang ditentukan.

3) *Responsiveness* (daya tanggap)

Keinginan karyawan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu. Ketika klien menginginkan bantuan untuk memutuskan produk atau layanan apa yang terbaik bagi mereka, perusahaan dapat menekan staf mereka untuk menyelesaikan tugas mereka dengan cepat atau riang. Misalnya, pastikan pelanggan tidak perlu menunggu terlalu lama untuk suatu produk atau layanan.

4) *Assurance* (Jaminan)

Pelanggan dapat memiliki keyakinan dan kepercayaan pada staf perusahaan karena pengetahuan, bakat, dan

kesopanan mereka. Pelanggan yang tidak yakin dihibur. Jaminan tersebut terdiri dari sejumlah elemen, termasuk kesopanan, keamanan, keahlian, dan komunikasi.

Menempatkan penekanan pada bagaimana penampilan staf, seperti bagaimana mereka berpakaian, bagaimana mereka berbicara, dan bagaimana mereka berinteraksi dengan konsumen.

#### 5) *Emphaty* (Empati)

Kesediaan karyawan atau pemilik untuk bekerja ekstra untuk klien mereka, baik dengan membina hubungan atau membuka jalur komunikasi atau memberikan layanan yang dipersonalisasi., memperlakukan klien seperti raja yang dilayani dengan baik, dan mengubah klien menjadi aset kekayaan bisnis.

Kepuasan pelanggan harus dijunjung tinggi karena pelanggan merupakan aset perusahaan yang paling berharga. Misalnya, bisnis menetapkan waktu dan lokasi tertentu untuk keluhan dan jawaban pelanggan segera; jangan lambat untuk mengatasi masalah konsumen.

Menurut uraian di atas, kinerja pelayanan adalah hasil pekerjaan yang diselesaikan dengan melaksanakan tugas sesuai dengan kewajibannya yang ditunjukkan dengan indikasi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

### 3. Kepuasan Pelanggan

#### a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Tingkat kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai reaksi yang dialami pelanggan ketika produk atau layanan yang disampaikan dibandingkan dengan harapan mereka. Jika konsumen menganggap suatu produk atau layanan berharga, mereka cenderung akan terus menggunakannya (Umar., 2005).

Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai emosi kegembiraan atau kekecewaan yang dirasakan seseorang dan setelah membandingkan hasil pemikiran produk dengan apa yang diantisipasi (Kotler, 2009).

#### b. Manfaat Kepuasan Pelanggan

Beberapa keuntungan spesifik dari kepuasan pelanggan untuk bisnis (Wood, 2009)

- 1) Pengaruh positif pada retensi pelanggan.
- 2) Kemungkinan keuntungan finansial di masa depan, terutama melalui *cross-selling*, *up-selling*, dan *buyback*.

#### c. Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh lima faktor (Bandu, 2013. ) :

##### 1) Kualitas Produk

Jika ulasan menunjukkan bahwa pengguna menggunakan produk berkualitas tinggi, pelanggan akan senang. Terlepas dari harganya, pembeli yang rasional selalu mencari produk berkualitas tinggi. Pelanggan akan merasakan

peningkatan nilai dalam produk berkualitas tinggi.

## 2) Kualitas pelayanan

Jika layanan perusahaan seperti yang diiklankan atau lebih baik dari yang diharapkan, kliennya akan senang dengan kualitas perusahaan secara keseluruhan. Ketika konsumen puas dengan suatu produk atau layanan, mereka lebih cenderung untuk membelinya lagi. Pelanggan yang telah menggunakan barang atau jasa perusahaan di masa lalu umumnya memiliki pengalaman yang positif.

## 3) Emosional

Pelanggan merasakan kebanggaan dan kepercayaan diri ketika mereka menggunakan produk dari merek tertentu, terutama jika produk tersebut meningkatkan tingkat kebahagiaan yang dirasakan oleh pelanggan. Bila kualitas produk ditingkatkan oleh beberapa perusahaan untuk menarik pelanggan karena nilai sosial atau harga diri mereka.

## 4) Harga

Ketika suatu produk lebih murah dan kualitasnya sebanding, konsumen akan lebih menghargainya. Pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk biaya yang dikeluarkan. Biasanya, konsumen mengharapkan nilai yang lebih tinggi ketika barang atau jasa lebih mahal.

# 4. Kemudahan

Jika pelanggan menerima produk atau layanan yang

umumnya cepat, nyaman, dan efektif, mereka akan puas dan lima elemen yang mempengaruhi kebahagiaan klien (Basu Swasta, 2008)

## **5. *Product and Service Features***

Dalam hal mencari tahu apa yang dipikirkan atau dinilai pelanggan, dan menghasilkan kepuasan pelanggan itu sendiri, fitur produk dan layanan yang diberikan kepada pelanggan merupakan faktor penting seperti (Tjiptono F. , 2000) :

### **a. *Consumer Emotion***

Perasaan yang relevan di sini adalah suasana hati. Pelanggan lebih cenderung memiliki reaksi yang menyenangkan terhadap suatu produk atau layanan jika mereka dalam suasana hati yang baik tentang hal itu, sedangkan mereka yang memilikipandangan negatif lebih cenderung memiliki pendapat yangburuk tentangnya.

### **b. *Attribution for Service Success or Failure***

Pelanggan mungkin menerima layanan yang lebih buruk atau lebih baik dari yang diantisipasi. Pelayanan dapat dianggap berhasil jika memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan proses pelayanan dapat dianggap tidak berhasil jika tidak memenuhi harapan tersebut.

Selama keberhasilan dan kegagalan penyampaian layanan, pelanggan akan mengetahui alasan keberhasilan atau kegagalan dalam menyampaikan suatu pelayanan. Aktivitas pelanggan untuk mendapatkan ataupun menemukan alasan keberhasilan maupun suatu kegagalan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap



penilaian suatu barang dan jasa yang dibutuhkan pelanggan

c. *Perception of Equity and Fairness*

Pelanggan sering menanyakan pertanyaan berikut kepada Anda saat membeli barang atau jasa:

- 1) Apakah saya menerima perlakuan yang sama dengan pelanggan lain?
- 2) Apakah konsumen tertentu menerima perlakuan istimewa atau harga yang lebih rendah daripada yang lain?
- 3) Apakah ada produk atau layanan unggulan yang tersedia dengan harga yang sama?
- 4) Apakah biaya realistis? Pendapat pelanggan tentang keadilan dan kesetaraan dapat mengubah seberapa puas mereka dengan produk atau layanan.

d. *Other Cunsomer, Family Member, and Coworkers*

Pendapat pelanggan tentang suatu barang atau jasa dipengaruhi oleh bagaimana orang lain mengekspresikan kesenangan atau ketidakpuasan mereka terhadap barang atau jasa tersebut.

## 6. **Standart Pelayanan**

Menteri Kesehatan Republik Indonesia menerbitkan Peraturan No. 41 Tahun 2015 tentang “Standar Pelayanan Refraksi Optik Optometri”. Penataan ulang operasional optik di seluruh Indonesia sangat penting untuk melindungi masyarakat dari layanan optik yang dapat mengganggu atau merugikan kesehatan antara lain :

- a. Ahli refraksi optik dan optometri diharuskan untuk mematuhi serangkaian kriteria yang diuraikan dalam bidang optometri saat memberikan layanan mereka kepada pasien.
- b. Ahli kacamata dan ahli refraksi optik didefinisikan sebagai siapa saja yang telah menyelesaikan program yang disetujui dalam refraksi optik atau optometri.
- c. Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan/atau Masyarakat menyediakan Fasilitas Pelayanan Kesehatan untuk menyelenggarakan Pelayanan Kesehatan Promotif, Preventif, Kuratif, dan Rehabilitatif.
- d. Orang yang mencari layanan refraksi optik/optometri meliputi individu, keluarga, kelompok, dan masyarakat umum.
- e. Refraksionis di Indonesia mungkin menemukan satu sama lain dalam organisasi profesional mereka.
- f. Menteri yang Bertanggung Jawab Mengatur Bidang Kesehatan Pemerintah
- g. Asosiasi Optik adalah pusat untuk personel pemeliharaan industri optik:

- 1) Penyelenggaraan Pasal Dua

Pemerintah Kabupaten atau kota setempat harus memberikan izin untuk setiap pengoperasian optik. Baru setelah memenuhi kriteria sarana dan prasarana, peralatan, dan tenaga kerja, dimungkinkan untuk mengeluarkan izin operasi dari jenis yang dijelaskan dalam paragraf pertama.

Peraturan yang mengatur tentang spesifikasi bangunan, prasarana, dan peralatan sebagaimana dimaksud dalam ayat dua tercantum dalam lampiran Peraturan Menteri ini. Ahli kaca mata yang tidak melakukan pelayanan lensa kontak dikecualikan dari ketentuan memiliki perlengkapan yang diperlukan untuk pelayanan tersebut sebagaimana dimaksud pada ayat tiga.

## 2) Penyelenggaraan Pasal Tiga

Operator optik mengajukan permohonan kepada pemerintah daerah kabupaten/kota setempat untuk izin sebagaimana dimaksud dalam Pasal Dua dengan mencantumkan :

- a) Copy Kartu Tanda Penduduk pemohon (dalam bentuk foto)
- b) Fotokopi NPWP/SIUP/TDP pemohon atau perusahaan
- c) Formulir persetujuan yang ditandatangani dari pasien atau dokter mata untuk mengawasi proses pemasangan optik
- d) Fotokopi Surat Tanda Registrasi dokter mata atau refraktor optik
- e) Inventarisasi Alat dan Prasarana
- f) Fotokopi Surat Izin Praktek atau sertifikat Surat Izin Praktek dari otoritas penerbit.
- g) Tanpa laboratorium, fotokopi perjanjian kerja sama antara optik dengan laboratorium
- h) Rekomendasi dari direktur dinas kesehatan kabupaten

atau kota, atau pejabat lain yang ditunjuk

- i) Persyaratan lain yang diwajibkan oleh undang-undang. jangka waktu lima tahun pertama dari lisensi yang disebutkan dalam paragraf pertama dapat diperpanjang jika kondisi tertentu terpenuhi.

### 3) Penyelenggaraan Pasal Empat

Dinas kesehatan kabupaten/kota setempat membuat rekomendasi untuk penerbitan izin sesuai pasal tiga ayat satu, huruf I dan sebagai bagian dari proses ini, mereka mengunjungi lokasi untuk melihat apakah kriteria sarana, prasarana, peralatan, dan kepegawaian yang diperlukan sedang bertemu.

### 4) Penyelenggaraan Pasal Lima

Laboratorium diperlukan untuk setiap optik antara lain :

- a) Laboratorium dispensing yang disebutkan dalam ayat satu dapat berlokasi di fasilitas optik atau bekerja sama dengan laboratorium dispensing yang berlokasi di fasilitas optik lainnya.
- b) Fasilitas distribusi yang disebutkan dalam paragraf satu harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:
  - (1) Tang untuk memotong lensa,
  - (2) Pola pembentuk, dapat disesuaikan dengan preferensi individu.
  - (3) Perangkat konsentrasi pemblokir lensa tunggal

(gripper).

(4) Mesin Facet dengan Lensa Tunggal

(5) Obeng dan tang untuk memperbaiki bingkai yang rusak dan mengganti lensa.

(6) Satu pemanas berbingkai kaca,

(7) Hanya satu lensometer

(8) Hanya satu peti alat dan persediaan lensa.

(9) Izin laboratorium dispensing yang terletak di gedung yang sama dengan usaha optik tersebut pada alinea pertama berkaitan dengan izin optik..

5) Penyelenggaraan Pasal Enam

a) Perubahan atau perpanjangan lisensi optik dapat diminta oleh operator optik mana pun.

b) Izin optik diperpanjang sesuai dengan ayat satu setelah berakhirnya izin optik.

c) Tiga bulan sebelum berakhirnya masa berlaku, mengajukan permohonan perpanjangan izin optik sebagaimana dimaksud dalam ayat dua.

d) Permohonan perpanjangan lisensi harus memenuhi ketentuan Pasal Tiga Perjanjian Lisensi Asli.

6) Penyelenggaraan Pasal tujuh

a) Dalam hal terdapat perubahan, izin optik sebagaimana dimaksud pada ayat satu diubah :

(1) Alamat optik

- (2) Kepemilikan
  - (3) Penanggung jawab dokter mata atau dokter mata
  - (4) Bernama optik
- b) Dokumen yang harus dilampirkan pada permohonan perubahan izin optik tersebut pada ayat satu :
- (1) Izin optik lama
  - (2) Surat keterangan pindah alamat, kepemilikan, ahli refraksi optisi atau dokter mata yang bertugas, dan/atau nama optik.
- c) Saran dari asosiasi optik lingkungan dan usulan dari instansi yang ditunjuk atau direktur dinas kesehatan kota atau kabupatendi daerah tersebut.
- d) Ahli kacamata tetap dapat melakukan kegiatan perawatan, termasuk operasi refraktif, pemeriksaan mata, dan lensa kontak, sambil menunggu lisensi mereka diperbarui.
- 7) Penyelenggaraan Pasal Delapan
- Setiap kacamata, lensa kontak, dan larutan pembersih lensa kontak yang ditawarkan di toko optik harus memiliki izin edar yang sah agar dapat dipasarkan secara legal.
- 8) Penyelenggaraan Pasal Sembilan, penyelenggara optikal dilarang :
- a) Mempekerjakan refraksionis optisien atau dokter mata tanpa sertifikasi Surat Izin Praktek Refraksionis Optisien (SIP-RO) atau Surat Izin Pendirian Optik (SIPO).

- b) Menggunakan teknologi optik untuk tujuan mencari keuntungan selain dari penyediaan layanan refraksi, optisi, atau lensa kontak.
- c) Tarif dan diskon iklan yang sah untuk kacamata, lensa kontak, dan larutan pembersih.

Selain pembatasan yang diuraikan pada paragraf pertama, pengecer optik tidak diperbolehkan menjual kacamata seperti kacamata, lensa kontak, atau solusi lensa kontak jika tidak memenuhi standar hukum yang berlaku.

#### 9) Ketenagaan Pasal Sepuluh

- a) Seorang Refraksionis Optisien atau *Optometrist* harus bertanggung jawab atas setiap optik.
- b) Ada batasan dua optik yang dapat ditangani oleh Refraksionis Optisien atau *Optometrist*
- c) Gelar minimal Diploma Tiga diperlukan oleh seorang lulusan pendidikan dibidang optometri yang bertanggung jawab sebagaimana dijelaskan dalam ayat satu dan dua
- d) Operator optik harus segera mengusulkan penanggung jawab pengganti kepada pemerintah daerah dalam hal dokter mata sebagai penanggung jawab meninggal dunia, mengundurkan diri, atau dipecat.
- e) Ahli kacamata dan dokter mata yang telah diberi tugas khusus dapat memperoleh bantuan untuk melakukan tugas tersebut dari profesional medis lainnya, seperti ahli refraksi.

Paragraf empat menentukan bahwa seorang Refraksionis Optisien atau *Optometrist* harus mematuhi standar profesi, standar prosedur operasi, dan standar pelayanan dalam menjalankan kewajiban profesionalnya.

10) Penyelenggaraan Pasal 11

- a) Nama, nomor sertifikat pendaftaran, dan nomor Surat Izin Praktek (SIP) dokter mata, ahli refraksi, atau operator optik harus dicantumkan pada papan nama.
- b) Papan nama yang disebutkan dalam paragraf satu harus dipajang di tempat yang mencolok.
- c) Pada Peraturan Menteri ini, sebagai satu kesatuan yang tidak terpisahkan, terlampir contoh papan nama sebagaimana dimaksud pada alinea pertama.

**7. Sarana dan Prasarana**

a. Sarana

- 1) Ruang audiensi atau area tampilan
- 2) Luas ruang pelayanan refraksi minimal 1x3 m<sup>2</sup> dan ruang pelayanan lensa kontak minimal 1x2 m<sup>2</sup>.
- 3) Minimal 4 m<sup>2</sup> harus disisihkan untuk pelayanan refraksi, pelayanan optisi, dan tampilan.

b. Prasarana

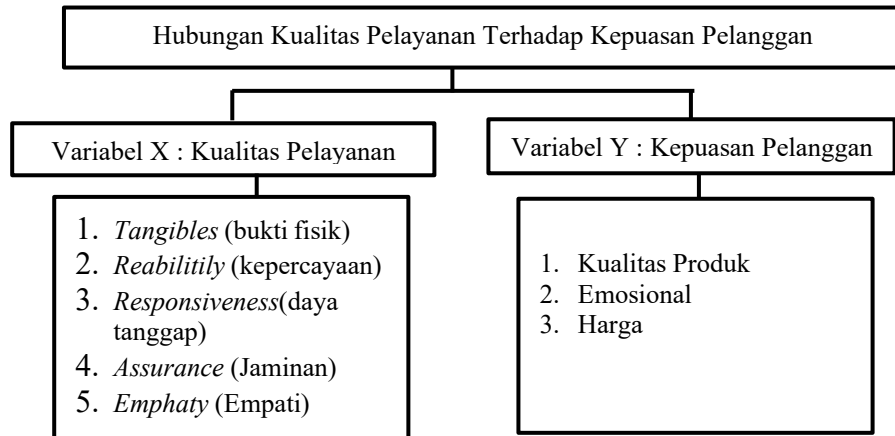
- 1) Penerangan ruang pemeriksaan refraksi :
  - a) Penyinaran luar : 480 – 600 lux
  - b) Penyinaran dalam : 120 cd/m<sup>2</sup>



- c) Kontras : > 84 %
- 2) Tabel untuk trial frame, lensa trial, dan lensometer.
- 3) Kursi pasien dan kursi pemeriksa
- 4) Kartu kerja
- 5) Tangki cuci tangan
- 6) Handuk
- 7) Kartu status refraksi
- 8) Peralatan
- c. Pelayanan refraksi meliputi :
  - 1) Kartu *Snellen/optotype* dengan pengukuran astigmatisme
  - 2) Periksa kartu
  - 3) Kombinasi rangka percobaan dan
  - 4) lensa
  - 5) Pengujian merah-hijau
  - 6) Uji empat titik senilai
  - 7) Pengukur PD
  - 8) *Loupe* atau kaca pembesar
  - 9) Senter
  - 10) Pengujian buta warna
  - 11) Lensometer
  - 12) Retinoskop
  - 13) Silinder terbalik
- d. Peralatan pelayanan optisi meliputi :
  - 1) Gunting

- 2) Cermin
  - 3) Sepasang tang yang pas
  - 4) Satu set obeng
  - 5) Pengukur untuk ketebalan atau ketebalan tengah
  - 6) Kaliper
  - 7) Spherometer
  - 8) Pemanas atau Heater
  - 9) Pembersih lensa untuk kacamata
- e. Peralatan pelayanan lensa kontak meliputi:
- 1) Keratometer
  - 2) Lensa kontak lunak uji coba
  - 3) Mangkok pencuci lensa kontak
  - 4) Cermin cembung dan datar
  - 5) Perangkat tes fungsi air mata
  - 6) Cairan pembersih lensa kontak
  - 7) Cairan tetes lensa kontak
  - 8) Lens case/tempat lensa kontak
  - 9) Lemari penyimpan cairan dan lensa kontak.

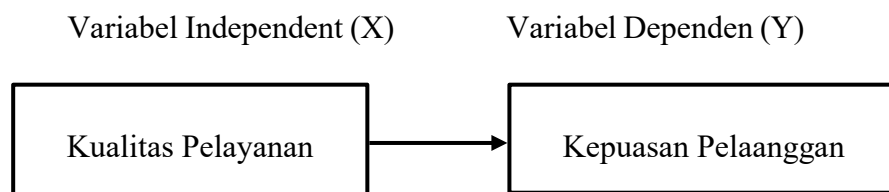
## B. Kerangka Teori



Gambar 2. 1 Kerangka Teori

## C. Kerangka Konsep

Kerangka konsep dari penelitian ini adalah melihat adanya hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian dan dari sumber sebelumnya menunjukkan adanya keterkaitan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan analisis diatas, maka kerangka konsep penelitian ini di tunjukkan pada gambar berikut :



Gambar 2. 2 Kerangka Konsep

## D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah pada suatu penelitian (sugiyono, 2016)

HO : Adanya hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Optik Melawai Jemursari Surabaya

HI : Tidak ada hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Optik Melawai Jemursari Surabaya

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Berdasarkan dengan latar belakang masalah yang disebutkan sebelumnya, maka jenis tulisan ini termasuk jenis penelitian yang menggunakan metode deskriptif kuantitatif yaitu metode yang bersifat analisis statistik dengan angka-angka data ordinal dan kategori dalam urutan peringkat yang dikumpulkan menggunakan penelitian lapangan (*field reseach*).

Penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh langsung oleh responden pelanggan Optik Melawai Jemursari Surabaya. Tujuan penelitian kuantitatif untuk menentukan hubungan atau pengaruh yang signifikan antar variabel dalam suatu populasi serta menguji teori dari hasil observasi dan pengamatan empiris peneliti hingga menghasilkan hipotesis untuk menjelaskan fenomena terjadi (Balaka, 2022)

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Optik Melawai Jemursari Surabaya.

Waktu penelitian dilaksanakan dari bulan Maret – April 2023.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Area generalisasi yang terdiri dari item atau orang dengan fitur dan atribut khusus yang dipilih oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian

ditarik adalah populasi. Populasi yang dipilih untuk penelitian ini memiliki hubungan yang kuat dengan masalah yang diteliti. Seluruh pelanggan atau pembeli yang berkunjung ke Optik Melawai Jemursari Surabaya termasuk dalam populasi penelitian ini (Sugiyono, 2016)

## **2. Sampel**

Sampel mewakili sebagian populasi dalam hal ukuran dan susunan. Kuesioner digunakan untuk melakukan pengambilan sampel sebanyak 30 pelanggan di optik melawai jemursari surabaya. Penelitian ini menggunakan sampling insidental sebagai metode pengambilan sampelnya.

Teknik Accidental sampling, atau teknik mengidentifikasi sampel berdasarkan unsur spontanitas, memungkinkan siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti untuk dijadikan sampel tergantung pada kualitas responden (Sugiyono, 2016)

## **D. Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan adalah data kuantitatif yaitu data ordinal dari hasil survei yang dikonversi menggunakan skala Likert. Menggunakan sumber data asli dalam investigasi ini. Data primer adalah informasi yang dikumpulkan di tempat selama proyek penelitian. Pelanggan di Optik Melawai Jemursari Surabaya dijadikan sebagai tempat observasi dan teknik pengumpulan data primer lainnya..

## **E. Teknik Pengambilan Sampel**

Metode pengambilan data penelitian ini menggunakan kuisisioner Untuk mengumpulkan informasi dari sekelompok orang terpilih melalui

wawancara pribadi atau menggunakan kuesioner, digunakan alat penelitian atau survei yang disebut kuesioner.

## **F. Metode Analisis Data**

Data yang telah dikumpulkan dan disusun sesuai dengan kebutuhan penelitian ini selanjutnya akan diolah dan dianalisis dengan menggunakan perangkat lunak statistik, khususnya *IBM Statisca Packages for Social Science (SPSS 22)* dan Microsoft Excel 2010. Skala Likert digunakan sebagai alat penilaian karena dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang terhadap suatu hal atau situasi tertentu (Siregar, 2016).

Responden memberikan tanggapan alternatif terhadap pertanyaan penelitian pada Skala Likert ini dengan mencoret atau mencentang lima opsi yang memungkinkan (x atau ). Setelah memberikan skor pada tanggapan responden, selanjutnya data kuantitatif dapat diolah. Susunan pembobotan skor seragam. Solusi yang tersedia diratakan dengan evaluasi (Supardi., 2005) :

1. Sangat setuju (SS) = skor 5
2. Setuju (S) = skor 4
3. Netral (N) = skor 3
4. Tidak setuju (TS) = skor 2
5. Sangat tidak setuju (STS) = skor 1

## **G. Uji Instrumen**

### **1. Uji Validitas**

Untuk menentukan apakah setiap item pertanyaan sah atau tidak valid,

pertanyaan kuesioner pertama kali diuji menggunakan korelasi Pearson atau analisis momen produk dalam keadaan berikut:

- a. Instrumen dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .
- b. Instrumen dinyatakan tidak valid jika  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$ .

## **2. Uji Reliabilitas**

Suatu instrumen penelitian dikatakan dapat diandalkan jika nilai cronbach's alpha  $> 0,60$ . Ini berarti bahwa setiap item pertanyaan yang menjadi variabel data dalam kuesioner tersebut dinyatakan reliabel (Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25, 2018)

## **3. Uji Normalitas**

Uji satu sampel Kolmogorov-Smirnov digunakan dalam uji normalitas untuk menentukan apakah data yang digunakan terdistribusi normal atau tidak.

- a. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka data berdistribusi normal
- b. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka data berdistribusi tidak normal

## **4. Analisis regresi sederhana**

Uji analisis regresi linier sederhana merupakan metode analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini. Rumus regresi linier sederhana berikut yang diolah dengan menggunakan sistem komputerisasi program SPSS digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan. Ini digunakan untuk menyatakan hubungan sebagai fungsi (Riduwan, 2010) :



$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel independent (kualitas pelayanan/terikat)

X = Variabel dependen (kepuasan pelanggan/bebas)

a = Konstanta

## 5. Uji Hipotesis

Statistik uji berikut dapat digunakan untuk menguji hipotesis:

### a. Uji parsial (t)

Uji ini menentukan apakah variabel independen memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel dependen meskipun secara parsial

### b. Hipotesis

Ho : Variabel-variabel bebas (*tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*) tidak mempunyai hubungan yang signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen).

Ha : Variabel-variabel bebas (*tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*) mempunyai hubungan yang signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen).

Memanfaatkan probabilitas kepentingan dalam angka berfungsi sebagai dasar untuk pengambilan keputusan :

- 1) Ho diterima dan Ha ditolak jika angka probabilitas signifikan > 0,05.

- 2)  $H_0$  diabaikan dan  $H_a$  diterima jika angka probabilitas signifikansi kurang dari 0,05.

## H. Definisi Operasional

Tabel 3. 1  
Definisi Operasional

| Variabel                | Definisi                                                                                                                                                                              | Dimensi                    | Indikator                                                                                                                                                                                                 | Hasil                                                                                                       | Skala   |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Variabel Independen (X) |                                                                                                                                                                                       |                            |                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                             |         |
| Kualitas Pelayanan      | Kualitas layanan adalah totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang Memiliki kemampuan untuk Memuaskan (Supranto, 2006)                                             | Tangible (berwujud)        | Peralatan yang dipakai Optik Melawai sudah memenuhi standart                                                                                                                                              | 1. Sangat Tidak Setuju =1<br>2. Tidak Setuju = 2<br>3. Netral= 3<br>4. Setuju = 4<br>5. Sangat Setuju = 5   | Ordinal |
|                         | Kebutuhan yang di nyatakan atau yang tersirat                                                                                                                                         | Kepercayaan (Reability)    | Daya tanggap seluruh karyawan yang berusaha melayani dengan teliti dan berusaha menghindari kesalahan                                                                                                     |                                                                                                             |         |
|                         |                                                                                                                                                                                       | Dayatangg (Responsiveness) | Kecepatan karyawan menangani masalah pelanggan dan memberikan perhatian secara individu                                                                                                                   |                                                                                                             |         |
|                         |                                                                                                                                                                                       | Jaminan (Assurance)        | Garansi terhadap produk                                                                                                                                                                                   |                                                                                                             |         |
| Variabel Dependen (Y)   |                                                                                                                                                                                       |                            |                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                             |         |
| Kepuasan Pelanggan      | Kepuasan pelanggan sebagai emosi kegembiraan atau kekecewaan yang dirasakan seseorang setelah membandingkan hasil pemikiran produk dengan apa yang diantisipasi (Philip Kotler, 2009) |                            | 1. Pemenuhan Kebutuhan<br>2. Kualitas produk<br>3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk<br>4. Keinginn untuk berkunjung kembali<br>5. Keinginan merekomendasikan Optik Melawai kepada rekan atau teman | 1. Sangat Tidak Setuju = 1<br>2. Tidak Setuju = 2<br>3. Netral = 3<br>4. Setuju = 4<br>5. Sangat Setuju = 5 | Ordinal |

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Profil Perusahaan**

##### **1. Sejarah perusahaan**

Optik Melawai berdiri pada tahun 1981, lokasi di jalan Melawai No. 191 Jakarta selatan. Pemilik Optik Melawai adalah bapak Budi Purnomo Hadisurjo dan saat ini telah memiliki sekitar 300 cabang di seluruh Indonesia. Nama optik tersebut di ambil dari lokasi pertama kali berdiri di Jalan Melawai.

Bapak Eddyanto Hadisurjo, putra dari pendiri Optik Melawai, dan Bapak Budi Purnomo Hadisurjo, merupakan pemilik Optik Melawai saat ini, yang merupakan bisnis keluarga secara turun temurun. Optik Melawai merupakan optik terbesar di Indonesia yang memperkenalkan kualitas terbaik dalam hal administrasi dan barang

##### **2. Visi dan Misi Perusahaan**

Sebagai salah satu organisasi optik terbesar di Indonesia, Optik melawai sejak awal berdiri memiliki ide untuk menjadi toko kacamata dengan rencana yang selektif. Sebuah peningkatan bisnis yang mengkolaborasikan bidang Kesehatan dan bidang retail. Dengan begitu, toko kacamata ini tidak hanya menjadi sebagai alat bantu penglihatan namun juga menjadi gaya hidup.

Pada dasarnya, Optik Melawai ingin memberikan pelayanan dengan produk kualitas dan sumber daya manusia yang mumpuni bagi

para pelanggan. Kunci penting bagi perusahaan untuk terus berkembang dan berkreasi adalah kepercayaan dan keteguhan hati pelanggan. Dan dilakukan pelatihan optik secara berkala dan konsisten sehingga kualitas pelayanan kepada pelanggan akan bertambah dan unggul

Optik Melawai juga menyediakan pilihan frame dan lensa kacamata sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Administrasi purna jual merupakan jaminan yang signifikan bagi pelanggan. misalnya, kartu garansi virtual selama 2 tahun yang mencakup pelapisan lensa dan penyetelan kacamata di semua cabang

### 3. Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Perusahaan

## B. Hasil Penelitian dan Pembahasan

### 1. Analisis Deskriptif

Penelitian ini dilaksanakan di Optik Melawai Jemursari

Surabaya. Dari hasil penelitian di deskripsikan dalam skor tertinggi dan terendah.

Tabel 4. 1  
Skor tertinggi dan skor terendah

| Kategori          | Penilaian |
|-------------------|-----------|
| Sangat Puas       | 5         |
| Puas              | 4         |
| Cukup Puas        | 3         |
| Tidak Puas        | 2         |
| Sangat Tidak Puas | 1         |

Tabel 4. 2  
Statistik

|                 | Jenis Kelamin | Pendidikan | Usia | Pekerjaan |
|-----------------|---------------|------------|------|-----------|
| N Valid Missing | 30            | 30         | 30   | 30        |
|                 | 0             | 0          | 0    | 0         |

Sumber Data Pengolahan dengan SPSS 2022

Berdasarkan tabel 4.2 tentang jenis kelamin, usia dan pekerjaan dapat disimpulkan tervalidasi jumlah responden 30 sampel

## 2. Usia Responden

Tabel 4. 3  
Kriteria Usia

|             | Frekuensi | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid       |           |         |               |                    |
| 17-20 Tahun | 9         | 30.0    | 30.0          | 30.0               |
| 20-40 Tahun | 11        | 36.7    | 36.7          | 66.7               |
| > 40 Tahun  | 10        | 33.3    | 33.3          | 100.0              |
| Total       | 30        | 100.0   | 100.0         |                    |

Sumber Data Pengolahan dengan SPSS 2022

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa dari 30 responden, 9 sampel atau 30% berusia antara 17 dan 20 tahun, 11 sampel atau 36,7%, dan 10 sampel atau 33,3% berusia antara 20 dan 40 tahun.

### 3. Jenis Kelamin

Tabel 4. 4.  
Jenis Kelamin

|       |           | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Laki-laki | 12        | 40.0    | 40.0          | 40.0               |
|       | Perempuan | 18        | 60.0    | 60.0          | 100.0              |
|       | Total     | 30        | 100.0   | 100.0         |                    |

Sumber : Data Pengolahan dengan SPSS 2022

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden laki-laki berjumlah 12 orang ( 40%) dan responden perempuan berjumlah 18 orang (60%).

### 4. Pekerjaan

Tabel 4. 5.  
Kriteria Pekerjaan

|       |                   | Frekuensi | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Pelajar/Mahasiswa | 8         | 26.7    | 26.7          | 26.7               |
|       | PNS               | 6         | 20.0    | 20.0          | 46.7               |
|       | Pegawai Swasta    | 5         | 16.7    | 16.7          | 63.3               |
|       | Wiraswasta        | 11        | 36.7    | 36.7          | 100.0              |
|       | Total             | 30        | 100.0   | 100.0         |                    |

Sumber : Data Pengolahan dengan SPSS 2022

Berdasarkan tabel 4.5 dari total 30 responden, pelajar 8 orang (26,7%), pegawai negeri 6 orang (20%) adalah, pegawai swasta 5 orang (16,7%), dan wirasawasta sebanyak 11 orang (36,7%).

### 5. Pendidikan Terakhir

Tabel 4. 6.  
Kriteria Pendidikan

|       |         | Frekuensi | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | SMP     | 5         | 16.7    | 16.7          | 16.7               |
|       | SMA/SMK | 19        | 63.3    | 63.3          | 80.0               |
|       | D3/S1   | 6         | 20.0    | 20.0          | 100.0              |
|       | Total   | 30        | 100.0   | 100.0         |                    |

Sumber : data pengolahan dengan spss 2022

Berdasarkan tabel 4.6, tingkat pendidikan terakhir dari 30

responden berkisar antara SMP sebanyak 5 orang (16,7%), SMA/SMK sebanyak 19 orang (63,3%), dan D3/S1 sebanyak 6 orang (20%)

### **C. Analisa Data**

#### **1. Uji instrumen**

##### **a. Uji Validitas**

Uji validitas adalah pengukuran yang mengungkapkan derajat validitas suatu instrumen. Dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n-2$ , dimana  $n$  adalah jumlah sampel, dilakukan uji signifikansi. Jika  $r$  hitung melebihi  $r$  tabel dan nilainya positif pada kolom korelasi total item terkait output SPSS 22 pada Cronbach Alpha, item pertanyaan atau indikator tersebut dianggap sah

Dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk degree of freedom ( $df$ ) =  $n-2$  dimana  $n$  adalah jumlah sampel responden maka dapat dilakukan penilaian uji validitas. Jika nilai korelasi Pearson positif dan nilai probabilitas korelasinya sig. (2tailed) derajat signifikan 0,05 ( $\alpha$  = 5%), kriteria instrumen dianggap sah (Ghozali., 2006)

Uji validitas penelitian ini memiliki 30 responden, nilai  $df$  28, dan tingkat signifikansi 5%. Oleh karena itu, 0,3061 adalah nilai  $r$  tabel Product Moment. Hasil uji validitas diperoleh seperti pada tabel berdasarkan hasil uji coba kuesioner dari 30 responden :

Tabel 4. 7.  
Variabel Kualitas Pelayanan

|                                           |                                                 | x1    | x2    | x3    | x4    | x5    | total x |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|---------|
| x1                                        |                                                 |       | 1000" | .669" |       | 1000" | .981"   |
|                                           | Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-<br>tailed) N | 1     |       | 0.000 |       |       | 0.000   |
|                                           |                                                 |       | 0.000 |       | 0.000 | 0.000 |         |
|                                           |                                                 | 30    | 30    | 30    | 30    | 30    | 30      |
|                                           |                                                 |       |       |       |       |       |         |
| x2                                        |                                                 | 1000" |       | .669" |       | 1000" | .981"   |
|                                           |                                                 |       | 1     |       |       |       |         |
|                                           | Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-<br>tailed) N | 0.000 |       | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000   |
|                                           |                                                 |       |       |       |       |       |         |
|                                           |                                                 |       |       |       |       |       |         |
| 30                                        |                                                 | 30    | 30    | 30    | 30    | 30    |         |
| x3                                        | Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-<br>tailed) N | 1000" | 1000" |       |       | 1000" | .800"   |
|                                           |                                                 |       |       | 1     |       |       |         |
|                                           |                                                 | 0.000 |       |       | 0.000 | 0.000 | 0.000   |
|                                           |                                                 |       | 3     |       |       |       |         |
|                                           |                                                 |       | 0     |       |       |       |         |
| x4                                        |                                                 | 1000" |       | .669" |       | .683" | .981"   |
|                                           |                                                 |       |       |       | 1     |       |         |
|                                           | Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-<br>tailed) N |       |       |       |       |       |         |
|                                           |                                                 | 0.000 |       |       | 0.000 | 0.000 | 0.000   |
|                                           |                                                 |       |       |       |       |       |         |
| 30                                        |                                                 | 30    | 30    | 30    | 30    | 30    |         |
| x5                                        |                                                 | 1000" |       | .800" | 1000" |       | .981"   |
|                                           | Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-<br>tailed) N |       |       |       |       | 1     |         |
|                                           |                                                 |       |       |       |       |       |         |
|                                           |                                                 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 |       | 0.000   |
|                                           |                                                 | 30    | 30    | 30    | 30    | 30    | 30      |
| total x                                   |                                                 | .981" | .981" | .800" | .981" | .981" |         |
| Pearson<br>Correlation Sig.<br>(2-tailed) |                                                 |       |       |       |       |       | 1       |
|                                           |                                                 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 |         |
| N                                         |                                                 | 30    | 30    | 30    | 30    | 30    | 30      |

| No. | Rxy   | r tabel | Kriteria |
|-----|-------|---------|----------|
| 1   | .981" | 0.3061  | VALID    |
| 2   | .981" | 0.3062  | VALID    |
| 3   | .800" | 0.3063  | VALID    |
| 4   | .981" | 0.3064  | VALID    |
| 5   | .981" | 0.3065  | VALID    |

Sumber : Data Primer diolah 2022

Berdasarkan hasil tabel 4.7 hasil uji validitas instrumen, butir pernyataan satu sampai dengan lima dinyatakan sah berdasarkan



nilai  $r_{xy} > r_{\text{tabel}}$  sebesar 0,3061 yang artinya butir pernyataan dinyatakan valid

Tabel 4. 8.  
Variabel Kepuasan Pelanggan

|                  |             | y1    | y2    | y3    | y4    | y5    | total y |
|------------------|-------------|-------|-------|-------|-------|-------|---------|
| y1               |             | 1000" | 1000" | 1000" |       | 1000" | .983"   |
|                  | Pearson     | 1     |       |       |       |       |         |
|                  | Correlation |       |       | 0.000 |       |       | 0.000   |
|                  | Sig. (2-    |       | 0.000 |       | 0.000 | 0.000 |         |
|                  | tailed) N   | 30    | 30    | 30    | 30    | 30    | 30      |
| y2               |             | 1000" |       | 1000" |       | 1000" | .983"   |
|                  |             |       | 1     |       |       |       |         |
|                  | Pearson     | 0.000 |       | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000   |
|                  | Correlation |       |       |       |       |       |         |
|                  | Sig. (2-    |       |       |       |       |       |         |
| y3               |             | 1000" | 1000" |       |       | 1000" | .983"   |
|                  | Pearson     |       |       | 1     |       |       |         |
|                  | Correlation | 0.000 |       |       | 0.000 | 0.000 | 0.000   |
|                  | Sig. (2-    |       |       |       |       |       |         |
|                  | tailed) N   | 30    | 30    | 30    | 30    | 30    | 30      |
| y4               |             | 1000" | 1000" |       |       | 1000" | .983"   |
|                  | Pearson     |       |       |       |       |       |         |
|                  | Correlation |       |       |       |       |       |         |
|                  | Sig. (2-    |       |       |       |       |       |         |
|                  | tailed) N   | 30    | 30    | 30    | 30    | 30    | 30      |
| y5               |             | .683" | .683" | .683" |       | .683" | .805"   |
|                  |             |       |       |       | 1     |       |         |
|                  | Pearson     | 0.000 |       |       | 0.000 | 0.000 | 0.000   |
|                  | Correlation |       |       |       |       |       |         |
|                  | Sig. (2-    |       |       |       |       |       |         |
| total y          |             | 1000" | 1000" | 1000" | .683" |       | .983"   |
|                  | Pearson     |       |       |       |       | 1     |         |
|                  | Correlation |       |       |       |       |       |         |
|                  | Sig. (2-    | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 |       | 0.000   |
|                  | tailed) N   | 30    | 30    | 30    | 30    | 30    | 30      |
| total y          |             | .983" | .983" | .983" | .805" | .983" |         |
| Pearson          |             |       |       |       |       |       | 1       |
| Correlation Sig. |             | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 |         |
| (2-tailed)       |             |       |       |       |       |       |         |
| N                |             | 30    | 30    | 30    | 30    | 30    | 30      |

| No. | Rxy   | r tabel | Kriteria |
|-----|-------|---------|----------|
| 1   | .983" | 0.3061  | VALID    |
| 2   | .983" | 0.3062  | VALID    |
| 3   | .983" | 0.3063  | VALID    |
| 4   | .805" | 0.3064  | VALID    |
| 5   | .983" | 0.3065  | VALID    |

Sumber : Data Primer diolah 2022

Berdasarkan pada tabel 4.8 hasil uji validitas instrumen, nilai  $r_{xy} > r_{tabel}$  adalah 0,3061, yang menunjukkan bahwa item pernyataan satu sampai lima dinyatakan sahih.

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu metode untuk mengukur suatu kuesioner yang berfungsi sebagai indikator suatu variabel atau konstruk. Jika seseorang secara konsisten atau mantap menanggapi pertanyaan pada kuesioner, itu dianggap dapat diandalkan (Ghozali., 2006). Ada dua metode untuk pengukuran reliabilitas, yaitu:

1) Tindakan Berulang :

Pertanyaan identik akan diajukan kepada responden beberapa kali, dan akan diperiksa untuk melihat apakah jawaban mereka konsisten.

2) *One Shot* atau pengukuran hasil sekali saja, hanya satu pengukuran yang dilakukan, dan hasilnya kemudian dibandingkan dengan jawaban atas pertanyaan tambahan atau digunakan untuk menentukan hubungan antara tanggapan terhadap pertanyaan.

Dengan menggunakan temuan uji statistik *Cronbach Alfa*, SPSS 22 dari IBM menawarkan opsi untuk menilai keandalan memberikan pilihan untuk menguji reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alfa* di SPSS 22 yang mempermudah perhitungan.

Jika sebuah konstruk atau variabel memiliki nilai Cronbach Alfa lebih besar dari 0,60 maka dikatakan dapat dipercaya. Program

SPSS 22 digunakan untuk mengolah pendekatan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4. 9.  
Reliability Variable Kualitas Pelayanan

| Reliability     | Statistics |
|-----------------|------------|
| Cronbac's Alpha | N Of Items |
| 962             | 5          |

Tabel 4. 10.  
Reliability Variable Kepuasan Pelanggan

| Reliability     | Statistics |
|-----------------|------------|
| Cronbac's Alpha | N Of Items |
| .966            | 5          |

Tabel 4. 11.  
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

| No | Variabel           | Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha diisyaratkan | Keterangan |
|----|--------------------|------------------|-------------------------------|------------|
| 1  | Kualitas Pelayanan | 0.962            | >0.60                         | Reliable   |
| 2  | Kepuasan Pelanggan | 0.966            | >0.60                         | Reliable   |

Sumber : Data Primer diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.11 variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan memiliki nilai koefisien *dependabilitas* yang lebih besar daripada yang diperlukan *Cronbach Alfa*, yaitu setara dengan 0,60. Akibatnya, dapat dikatakan bahwa hasil instrumen ini memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi atau dapat dipercaya.

#### c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel residual atau confounding dalam model regresi berdistribusi normal. Analisis Kolmogorov- Smirnov digunakan dalam uji normalitas data penelitian ini. Dengan menggunakan *Normal Probability Plot* yang membedakan distribusi kumulatif dari distribusi normal, data

dianalisis dengan menggunakan program komputer SPSS 22. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 dan berdistribusi teratur. Jika tingkat signifikansinya 0,05, distribusinya tidak normal.

Tabel 4. 12.  
*One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

|                                         |                |  |             | Unstandarized Residual |
|-----------------------------------------|----------------|--|-------------|------------------------|
| N                                       |                |  |             | 30                     |
| Normal                                  | Mean           |  |             | .0000000               |
| Parameters <sup>ab</sup>                | Std. Deviation |  |             |                        |
|                                         |                |  |             | .76320531              |
| Most                                    | Absolute       |  |             |                        |
| Extreme                                 |                |  |             | .402                   |
| Difference                              |                |  |             |                        |
|                                         | Positive       |  |             |                        |
|                                         |                |  |             | .402                   |
|                                         | Negative       |  |             | -.298                  |
| Test Statistic                          |                |  |             |                        |
| Asymp. Sig (2-tailed)                   |                |  |             | .302                   |
| Monte Carlo Sig.                        |                |  |             | .000                   |
| Sig. (2 tailed) 99% Confidence interval |                |  |             |                        |
|                                         |                |  |             | .040                   |
|                                         |                |  | Lower Bound |                        |
|                                         |                |  | Upper Bound |                        |
|                                         |                |  |             | .042                   |
|                                         |                |  |             |                        |
|                                         |                |  |             | .055                   |

Sumber : Data Primer diolah 2022

Nilai signifikansinya adalah  $0,40 > 0,05$  yang diketahui dari hasil uji normalitas. Nilai residu selanjutnya ditunjukkan untuk didistribusikan secara teratur.

#### d. Analisis Regresi Linier sederhana

Teknik statistik yang disebut regresi linier sederhana digunakan untuk menilai kekuatan hubungan kausal antara variabel

X dan Y dalam studi faktor penyebab.

Tabel 4. 13.  
Model Summary

| Model | R    | <i>R Square</i> | <i>Adjusted R Square</i> | <i>Std. Error of the estimate</i> |
|-------|------|-----------------|--------------------------|-----------------------------------|
| 1     | .913 | .833            | .827                     | .777                              |

Sumber : Data Primer diolah 2022

Tabel 4. 14.  
Anova

| Model             | <i>Sum of Squares</i> | df | <i>Mean Square</i> | F       | Sig.<br>.000 |
|-------------------|-----------------------|----|--------------------|---------|--------------|
| 1                 | 84,075                | 1  | 84,075             | 139,361 |              |
| <i>Regression</i> |                       | 28 |                    |         |              |
| <i>Residual</i>   | 16,0892               |    | .603               |         |              |
| Total             | 100,967               | 28 |                    |         |              |

Sumber : Data Primer diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, pada pengujian simultan menghasilkan nilai tanda 0,000 0,05, simultan/menolak H0 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

## 2. Uji Hipotesis

Tabel 4. 15.  
Coefficientsa

| Model              | Unstandarized Coefficients |            | Standarized Coefficients | t      | Sig  |
|--------------------|----------------------------|------------|--------------------------|--------|------|
|                    | B                          | Std. Error | Beta                     |        |      |
| 1                  | 5.547                      | 1.488      |                          | 3.727  | .001 |
|                    |                            | .068       |                          |        | .000 |
| (constant) total x | .800                       |            | .913                     | 11.805 |      |
|                    |                            |            |                          |        |      |

Sumber : Data Primer diolah 2022

1) Merumuskan hasil hipotesis

H0 : “Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan”

H1 : “Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan”

2) Menerima atau Menolak Hipotesis

Dasar pengambilan keputusan bahwa jika terhitung > tabel maka H0 ditolak (H1 diterima). Berdasarkan tabel 4.15 menunjukkan  $3,727 > 0,3061$  maka H0 ditolak (H1 diterima) berarti Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

##### **1. Variabel Kualitas Pelayanan**

- a. Berdasarkan pertanyaan tentang peralatan Optik yang di pakai sudah memenuhi standart kenyamanan dari 30 sampel terdapat tujuh sampel atau sebesar 23,3% menyatakan puas, 23 sampel atau sebesar 76,7% menyatakan sangat puas.
- b. Berdasarkan pertanyaan tentang Optik berusaha melayani dengan teliti dan berusaha menghindari kesalahan dari 30 sampel terdapat tujuh sampel atau sebesar 23,3% menyatakan puas, 23 sampel atau sebesar 76,7% menyatakan sangat puas.
- c. Berdasarkan pertanyaan tentang setuju adanya garansi terhadap produk lensa di Optik dari 30 sampel terdapat 2 sampel atau sebesar 6,7% menyatakan cukup puas, dua sampel atau sebesar 6,7% menyatakan puas, dan 26 sampel atau sebesar 86,7% menyatakan sangat puas.
- d. Berdasarkan pertanyaan tentang pelayanan Refraksionis Optisien menangani keluhan di layani dengan baik dari 30 sampel terdapat tujuh sampel atau sebesar 23,3% menyatakan cukup puas, 23 sampel atau sebesar 76,7% menyatakan sangat puas.
- e. Berdasarkan pertanyaan tentang Refraksi Optision telah memberikan pelayanan terbaik tanpa membedakan dengan pelanggan yang lain dari 30 sampel terdapat tujuh sampel atau

sebesar 23,3% menyatakan cukup puas, 23 sampel atau sebesar 76,7% menyatakan sangat puas.

## **2. Variabel Kepuasan Pelanggan**

- a. Berdasarkan pertanyaan tentang produk yang di tawarkan sudah memenuhi kebutuhan pelanggan dari 30 sampel terdapat tiga sampel atau sebesar 10% menyatakan puas, 27 sampel atau sebesar 90% menyatakan sangat puas
- b. Berdasarkan pertanyaan tentang kualitas produk yang di tawarkan sudah memenuhi kebutuhan pelanggan dari 30 sampel terdapat tiga sampel atau sebesar 10% menyatakan puas, 27 sampel atau sebesar 90% menyatakan sangat puas
- c. Berdasarkan pertanyaan tentang harga yang di tawarkan sudah sesuai dengan kualitas produk yang ada dari 30 sampel terdapat tiga sampel atau sebesar 10% menyatakan puas, 27 sampel atau sebesar 90% menyatakan sangat puas
- d. Berdasarkan pertanyaan tentang pelanggan berkeinginan untuk berkunjung kembali dan mencoba produk kembali dari 30 sampel terdapat tiga sampel atau sebesar 10% menyatakan puas, 27 sampel atau sebesar 90% menyatakan sangat puas
- e. Berdasarkan pertanyaan tentang pelanggan akan merekomendasikan Optik Melawai Jemursari Surabaya dari 30 sampel terdapat tiga sampel atau sebesar 10% menyatakan cukup puas, 27 sampel atau sebesar 90% menyatakan sangat puas.



Rasio kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di Optik Melawai Jemursari Surabaya adalah sebesar 0,833 atau 83,3%. Kepuasan Pelanggan Optik Melawai Jemursari Surabaya dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh pengaruh *Service Quality* secara bersamaan atau bersama-sama.

*R Square* adalah 0,833, yang jelas dari temuan analisis data pada tabel uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hal ini menunjukkan bahwa variasi perubahan variabel independen *Service Quality* (x) berpengaruh sebesar 83,3% terhadap variasi perubahan variabel *Customer Satisfaction* (Y). Hasilnya, 83,3% kepuasan pelanggan didorong oleh kualitas layanan, sedangkan 16,7% sisanya dipengaruhi oleh isu-isu di luar ruang lingkup penelitian ini.

## **B. Saran**

Proposal berikut dapat dibuat berdasarkan temuan penelitian dan diskusi:

1. Bagi Optik Melawai Jemursari disarankan menggunakan informasi dari penelitian ini sebagai usaha dalam meningkatkan kualitas pelayanan untuk memuaskan klien.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas penelitiannya agar dapat memperoleh data yang lebih detail mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriono. (2012). Kecacatan akibat kecelakaan kerja dan penyakit akibat kerja pada mata. [http://www.jamsostek.co.id/content\\_file/mata.pdf](http://www.jamsostek.co.id/content_file/mata.pdf).
- Balaka, M. Y. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Bandu, M. Y. (2013. ). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT.PLN (Persero) Rayon Makassar Barat”.
- Basu Swasta, D. d. (2008). Manajemen Pemasaran Modern,. Yogyakarta: Liberty.
- Cipta., S. (2006.). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fandy Tjiptono, &. G. (2006). Manajemen Pelayanan Jasa,. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ghozali, I. (2006). In *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran*.
- Kotler, P. (2003). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2009). In M. Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Riduwan, A. &. (2010). Rumus dan Data dalam Analisis Statistika. Alfabeta.
- Siregar, S. (2016). Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2016). Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Supardi. (2005). Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis. Yogyakarta: Cetakan Pertama. Penerbit UII Press. .
- Tjiptono, F. (2000). Prinsip- Prinsip Total Quality Service. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. d. (2003. ). Total Quality Management. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar., H. (2005). Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis. Jakarta: Grafindo.
- Wood, I. (2009). Layanan Pelanggan. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Zeithaml, V. A. (2006). Services Marketing. Integrating Customer Focus Across

the Firm. 4th edition. Singapore: International Edition. Singapore: McGraw-Hill.

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Persetujuan (Informed Consent)



### AKADEMI REFRAKSI OPTISI LEPRINDO

TERAKREDITASI "B" LAM-PTKes (0758/LAM-PTKes/Akr/Dip/XII/2019)

KAMPUS : Jl. Ciputat Molek Selatan Blok F No. 1C, Ciputat 15419

Telepon/Fax : (021) 742 2300, email : admisi@aroleprindo.ac.id / aro.leprindo@gmail.com

website : www.aroleprindo.ac.id

### LEMBAR PERSETUJUAN (INFORMED CONSENT)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : .....

Usia : .....

No. Handphone : .....

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah memahami penjelasan pengisian kuesioner terkait dengan penelitian saya yang berjudul **"Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan Di Optik Melawai Jemursari Surabaya"**. Saya bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari siapapun dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Data yang diperoleh dari penelitian ini akan dijaga kerahasiannya dan hanya dipergunakan untuk kepentingan tugas Karya Tulis Ilmiah.
2. Apabila saya menginginkan, saya dapat memutuskan untuk tidak berpartisipasi lagi dalam penelitian ini tanpa harus menyampaikan alasan apapun

Jakarta, Tgl 14 September 2023

Peneliti

Responden

Rizki Vika Wibian Anugrah

Lampiran 2. Kuesioner



**AKADEMI REFRAKSI OPTISI LEPRINDO**

**TERAKREDITASI "B" LAM-PTKes (0758/LAM-PTKes/Akr/Dip/XII/2019)**

**KAMPUS** : Jl. Ciputat Molek Selatan Blok F No. 1C, Ciputat 15419

Telepon/Fax : (021) 742 2300, email : [admisi@aroleprindo.ac.id](mailto:admisi@aroleprindo.ac.id) / [aro.leprindo@gmail.com](mailto:aro.leprindo@gmail.com)

website : [www.aroleprindo.ac.id](http://www.aroleprindo.ac.id)

**Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan Di Optik  
Melawai Jemursari Surabaya Tahun 2023**

Petunjuk Pengisian Kuesioner :

1. Mohon Saudara/i membaca pertanyaan dibawah ini dengan teliti.
2. Mohon Saudar/i memberikan jawaban dengan memberikan tanda (X) pada salah satu opsi jawaban yang paling tepat sesuai dengan keadaan anda secara obyektif.
3. Mohon Saudara/i menjawab semua pertanyaan secara lengkap, jujur dan terbuka. Peneliti menjamin kerahasiaan identitas Saudara/i sekalian.
4. Untuk partisipasi Saudara/i dalam pengisian kuesioner ini, peneliti mengucapkan terima kasih

Nama :

Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki

☐ Perempuan

Tingkat Pendidikan : ☐ SD

☐ SMP

☐ SMA/SMK

☐ D3/S1

Usia Saudara/i : ☐ 17 – 20 Tahun

☐ 20 – 40 Tahun

☐ > 40 Tahun

Pekerjaan : ☐ Pelajar/Mahasiswa

☐ PNS

☐ Pegawai Swasta

☐ Wiraswasta

Keterangan :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

| No | Pertanyaan                                                                                                        | STS | TS | N | S | SS |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|---|---|----|
|    | <b>A. <i>Tangible</i> atau Nyata</b>                                                                              |     |    |   |   |    |
| 1. | Peralatan yang dipakai Optik Melawai sudah memenuhi staandart kenyamanan pemeriksaan                              |     |    |   |   |    |
|    | <b>B. <i>Reability</i> atau Keahlian</b>                                                                          |     |    |   |   |    |
| 2. | Karyawan Optik Melawai berusaha melayani dengan teliti dan berusaha menghindari kesalahan                         |     |    |   |   |    |
|    | <b>C. <i>Assurance</i> atau Keyakinan</b>                                                                         |     |    |   |   |    |
| 3. | Apakah saudara setuju dengan adanya garansi terhadap produk lensa di Optik Melawai ?                              |     |    |   |   |    |
|    | <b>D. <i>Responsiveness</i> atau Tanggapan</b>                                                                    |     |    |   |   |    |
| 4. | Apakah menurut saudara saat penanganan keluhan pelanggan dilayani dan ditanggapi dengan baik ?                    |     |    |   |   |    |
|    | <b>E. <i>Emphaty</i> atau empati</b>                                                                              |     |    |   |   |    |
| 5. | Apakah menurut saudara karyawan telah memberikan pelayanan terbaik tanpa membedakan dengan pelanggan yang lain    |     |    |   |   |    |
|    | <b>F. Kepuasan Pelanggan</b>                                                                                      |     |    |   |   |    |
| 1. | Apakah produk-produk yang ditawarkan sudah memenuhi kebutuhan pelanggan ?                                         |     |    |   |   |    |
| 2. | Apakah kualitas produk yang ditawarkan sudah memenuhi kebutuhan pelanggan ?                                       |     |    |   |   |    |
| 3. | Apakah harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas produk yang ada ?                                       |     |    |   |   |    |
| 4. | Apakah saudara berkeinginan untuk berkunjung kembali dan mencoba produk yang di Optik Melawai Jemursari kembali ? |     |    |   |   |    |

|    |                                                                              |  |  |  |  |  |
|----|------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 5. | Apakah saudara akan merekomendasikan optik melawai kepada rekan atau teman ? |  |  |  |  |  |
|    | <b>TOTAL</b>                                                                 |  |  |  |  |  |

Lampiran 3. Hasil penelitian

HASIL TABULASI

| No | Jenis kelamin | Tingkat pendidikan | Usia | Pekerjaan |
|----|---------------|--------------------|------|-----------|
| 1  | 2             | 3                  | 2    | 3         |
| 2  | 2             | 3                  | 3    | 4         |
| 3  | 1             | 2                  | 2    | 3         |
| 4  | 1             | 2                  | 2    | 3         |
| 5  | 1             | 4                  | 2    | 4         |
| 6  | 1             | 3                  | 1    | 1         |
| 7  | 1             | 3                  | 3    | 2         |
| 8  | 1             | 2                  | 1    | 1         |
| 9  | 2             | 4                  | 3    | 2         |
| 10 | 2             | 3                  | 1    | 1         |
| 11 | 2             | 3                  | 1    | 1         |
| 12 | 2             | 3                  | 3    | 4         |
| 13 | 1             | 3                  | 3    | 2         |
| 14 | 2             | 3                  | 3    | 4         |
| 15 | 2             | 2                  | 1    | 1         |
| 16 | 2             | 3                  | 1    | 1         |
| 17 | 1             | 3                  | 3    | 4         |
| 18 | 2             | 4                  | 3    | 2         |
| 19 | 1             | 3                  | 2    | 4         |
| 20 | 1             | 3                  | 1    | 1         |
| 21 | 1             | 2                  | 2    | 2         |
| 22 | 2             | 3                  | 3    | 4         |
| 23 | 2             | 4                  | 2    | 4         |
| 24 | 2             | 3                  | 1    | 1         |
| 25 | 2             | 4                  | 2    | 4         |
| 26 | 2             | 3                  | 2    | 2         |
| 27 | 2             | 3                  | 2    | 3         |
| 28 | 2             | 4                  | 1    | 3         |
| 29 | 1             | 3                  | 2    | 4         |
| 30 | 2             | 3                  | 3    | 4         |



Tabel Survei

|   |                           |
|---|---------------------------|
|   | <b>Jenis Kelamin</b>      |
| 1 | Pria                      |
| 2 | Wanita                    |
|   | <b>Tingkat Pendidikan</b> |
| 1 | SD                        |
| 2 | SMP                       |
| 3 | SMA/SMK                   |
| 4 | D3/S1                     |
|   | <b>Umur</b>               |
| 1 | 17-20 Tahun               |
| 2 | 20- 40 Tahun              |
| 3 | > 40 Tahun                |
|   | <b>Pekerjaan</b>          |
| 1 | Pelajar/Mahasiswa         |
| 3 | Pegawai Swasta            |
| 4 | Wiraswasta                |
|   | <b>Pendapat Pelanggan</b> |
| 1 | Sangat Tidak Puas         |
| 2 | Tidak Puas                |
| 3 | Netral                    |
| 4 | Puas                      |
| 5 | Sangat                    |

Tabel Variabel Independen

| No. | x.1 | x.2 | x.3 | x.4 | x.5 | Total |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| 1   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 23    |
| 2   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 23    |
| 3   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 23    |
| 4   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 23    |
| 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 23    |
| 6   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 23    |
| 7   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 23    |
| 8   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 23    |
| 9   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 23    |
| 10  | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 23    |
| 11  | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 23    |
| 12  | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 23    |
| 13  | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 23    |
| 14  | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 23    |
| 15  | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 23    |
| 16  | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 23    |
| 17  | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 23    |
| 18  | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 23    |
| 19  | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 23    |
| 20  | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 23    |
| 21  | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 23    |
| 22  | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 23    |
| 23  | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 23    |
| 24  | 4   | 4   | 5   | 3   | 3   | 19    |
| 25  | 4   | 4   | 5   | 3   | 3   | 19    |
| 26  | 4   | 4   | 5   | 3   | 3   | 19    |
| 27  | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 18    |
| 28  | 4   | 4   | 4   | 3   | 3   | 18    |
| 29  | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 17    |
| 30  | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 17    |

### Tabel Variabel Dependen

[illegible]

### PERALATAN DAN PEMERIKSAAN

|       |             | Frequency | Percent |      | Valid Percent |     | Cumulative Percent |
|-------|-------------|-----------|---------|------|---------------|-----|--------------------|
| Valid |             | 7         |         | 23.3 |               |     | 23.3               |
|       |             | 23        |         | 76.7 | 3             | 23. | 100                |
|       | PUAS        |           |         |      |               | 76. | 0                  |
|       | SANGAT PUAS | 30        |         | 100. | 7             | 100 |                    |
|       | Total       |           | 0       |      | .0            |     |                    |

### MELAYANI DENGAN TELITI

|       |             | Frequency | Percent |      | Valid Percent |     | Cumulative Percent |
|-------|-------------|-----------|---------|------|---------------|-----|--------------------|
| Valid |             | 7         |         | 23.3 |               |     | 23.3               |
|       |             | 23        |         | 76.7 | 3             | 23. | 100                |
|       | PUAS        |           |         |      |               | 76. | 0                  |
|       | SANGAT PUAS | 30        |         | 100. | 7             | 100 |                    |
|       | Total       |           | 0       |      | .0            |     |                    |

### GARANSI

|       |             | Frequency | Percent |      | Valid Percent |     | Cumulative Percent |      |
|-------|-------------|-----------|---------|------|---------------|-----|--------------------|------|
| Valid |             | 2         |         | 6.7  |               | 6.7 |                    | 6.7  |
|       |             | 2         |         | 6.7  |               |     |                    | 13.3 |
|       | CUKUP PUAS  | 26        |         | 86.7 |               | 6.7 |                    | 100. |
|       | PUAS        |           |         |      |               | 86. | 0                  |      |
|       | SANGAT PUAS | 30        |         | 100. | 7             | 100 |                    |      |
|       | Total       |           | 0       |      | .0            |     |                    |      |

### MENANGGAPI KOMPLAIN

|       |       | Frequency | Percent |      | Valid Percent |     | Cumulative Percent |      |
|-------|-------|-----------|---------|------|---------------|-----|--------------------|------|
| Valid |       | 7         |         | 23.3 |               |     |                    | 23.3 |
|       |       | 23        |         | 76.7 | 3             | 23. |                    | 100. |
|       | CUKUP |           |         |      |               | 76. | 0                  |      |
|       | PUAS  | 30        |         |      | 7             |     |                    |      |
|       | PUAS  |           |         | 100. |               | 100 |                    |      |
|       | Total |           | 0       |      | .0            |     |                    |      |

### PUAS DENGAN PELAYANAN

|       |       | Frequency | Percent |      | Valid Percent |     | Cumulative Percent |      |
|-------|-------|-----------|---------|------|---------------|-----|--------------------|------|
| Valid | CUKUP | 7         | 23.3    |      |               |     |                    | 23.3 |
|       | PUAS  | 23        | 76.7    |      | 3             | 23. |                    | 100. |
|       | PUAS  |           |         |      |               |     |                    |      |
| Total |       |           |         |      |               |     | 0                  |      |
|       |       | 30        |         |      |               |     |                    |      |
|       |       |           |         | 100. |               | 76. |                    |      |
|       |       |           | 0       |      | 7             |     |                    |      |
|       |       |           |         |      |               | 100 |                    |      |
|       |       |           |         |      | .0            |     |                    |      |

### PRODUK MEMENUHI KEBUTUHAN

|       |        | Frequency | Percent |      | Valid Percent |     | Cumulative Percent |      |
|-------|--------|-----------|---------|------|---------------|-----|--------------------|------|
| Valid |        | 3         |         | 10.0 |               |     |                    | 10.0 |
|       |        | 27        |         | 90.0 |               | 10. |                    |      |
|       |        |           |         |      | 0             |     |                    | 100. |
|       | PUAS   |           |         |      |               | 90. | 0                  |      |
|       | SANGAT | 30        |         |      | 0             |     |                    |      |
|       | PUAS   |           |         | 100. |               | 100 |                    |      |
|       | Total  |           | 0       |      | .0            |     |                    |      |

### KUALITAS PRODUK

|       |        | Frequency | Percent |      | Valid Percent |     | Cumulative Percent |  |
|-------|--------|-----------|---------|------|---------------|-----|--------------------|--|
| Valid |        | 3         |         | 10.0 |               |     | 10.0               |  |
|       |        | 27        |         | 90.0 |               | 10. |                    |  |
|       |        |           |         |      | 0             |     | 100.               |  |
|       | PUAS   |           |         |      |               | 90. | 0                  |  |
|       | SANGAT | 30        |         |      | 0             |     |                    |  |
|       | PUAS   |           |         | 100. |               | 100 |                    |  |
|       | Total  |           | 0       |      | .0            |     |                    |  |

### HARGA

|       |        | Frequency | Percent |      | Valid Percent |     | Cumulative Percent |      |
|-------|--------|-----------|---------|------|---------------|-----|--------------------|------|
| Valid | PUAS   | 3         | 10.0    |      |               |     |                    | 10.0 |
|       | SANGAT | 27        | 90.0    |      |               | 10. |                    |      |
|       | PUAS   |           |         |      | 0             |     |                    | 100. |
|       | Total  |           |         |      |               |     | 0                  |      |
|       |        | 30        |         |      |               |     |                    |      |
|       |        |           |         | 100. |               | 90. |                    |      |
|       |        |           | 0       |      | 0             |     |                    |      |
|       |        |           |         |      |               | 100 |                    |      |
|       |        |           |         |      | .0            |     |                    |      |

### KEINGINAN BERKUNJUNG KEMBALI

|       |                | Frequency | Percent |      | Valid Percent |     | Cumulative Percent |      |
|-------|----------------|-----------|---------|------|---------------|-----|--------------------|------|
| Valid |                | 3         |         | 10.0 |               |     |                    | 10.0 |
|       | PUAS<br>SANGAT | 27        |         | 90.0 |               | 10. |                    |      |
|       |                | 30        |         | 100. | 0             |     | 0                  | 100. |
|       |                |           | 0       |      | 0             | 90. |                    |      |
|       | PUAS           |           |         |      |               | 100 |                    |      |
|       | Total          |           |         |      | .0            |     |                    |      |

### MEREKOMENDASIKAN PADA ORANG LAIN

|       |       | Frequency | Percent |      | Valid Percent |     | Cumulative Percent |      |
|-------|-------|-----------|---------|------|---------------|-----|--------------------|------|
| Valid | CUKUP |           | 10.0    |      |               |     |                    | 10.0 |
|       | PUAS  |           | 90.0    |      |               | 10. |                    |      |
|       | PUAS  |           |         |      | 0             |     |                    | 100. |
|       | Total |           |         | 100. |               |     | 0                  |      |
|       |       |           | 0       |      |               | 90. |                    |      |
|       |       |           |         |      | 0             |     |                    |      |
|       |       |           |         |      |               | 100 |                    |      |
|       |       | 3         |         |      | .0            |     |                    |      |

#### Lampiran 4. Dokumentasi



## Lampiran 5. Pengecekan Plagiarism



### AKADEMI REFRAKSI OPTISI LEPRINDO

TERAKREDITASI "B" LAM-PTKes (0758/LAM-PTKes/Akr/Dip/XII/2019)

KAMPUS : Jl. Ciputat Molek Selatan Blok F No. 1C, Ciputat 15419

Telepon/Fax : (021) 742 2300, email : [admisi@aroleprindo.ac.id](mailto:admisi@aroleprindo.ac.id) / [aro.leprindo@gmail.com](mailto:aro.leprindo@gmail.com)

website : [www.aroleprindo.ac.id](http://www.aroleprindo.ac.id)

#### Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di optik Melawai Jemursari Surabaya

##### ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

7%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

##### PRIMARY SOURCES

1

[eprints.poltekkesjogja.ac.id](http://eprints.poltekkesjogja.ac.id)

Internet Source

<1 %

2

[text-id.123dok.com](http://text-id.123dok.com)

Internet Source

<1 %

3

Submitted to Universitas Bengkulu

Student Paper

<1 %

4

Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia

Student Paper

<1 %

5

Submitted to Universitas Nasional

Student Paper

<1 %

6

[johannessimatupang.wordpress.com](http://johannessimatupang.wordpress.com)

Internet Source

<1 %

7

[digilib.stikeskusumahusada.ac.id](http://digilib.stikeskusumahusada.ac.id)

Internet Source

<1 %

8

[docobook.com](http://docobook.com)

Internet Source

<1 %

[eprints.uny.ac.id](http://eprints.uny.ac.id)



Lampiran 6. Surat Izin Penelitian



**AKADEMI REFRAKSI OPTISI LEPRINDO**

**TERAKREDITASI "B" LAM-PTKes (0758/LAM-PTKes/Akr/Dip/XII/2019)**

**KAMPUS** : Jl. Ciputat Molek Selatan Blok F No. 1C, Ciputat 15419

Telepon/Fax : (021) 742 2300, email : [admisi@aroleprindo.ac.id](mailto:admisi@aroleprindo.ac.id) / [aro.leprindo@gmail.com](mailto:aro.leprindo@gmail.com)

website : [www.aroleprindo.ac.id](http://www.aroleprindo.ac.id)

Nomor : 132/SPm/Leprindo/IV/2023  
Perihal : **Izin Penelitian**

Jakarta, 01 April 2023

Kepada Yth.  
Pimpinan Optik Melawai Jemursari Surabaya  
Di-tempat

Sehubungan sedang dilaksanakannya penelitian untuk menyusun Tugas Akhir di Akademi Refraksi Optisi Leprindo Jakarta, dengan ini kami mengajukan permohonan kepada Bapak/Ibu untuk dapat menerima mahasiswa kami:

N a m a : Rizki Vika Wibian Anugrah  
N I M : 20101  
Program Studi : Optometri

Untuk melaksanakan pengambilan data di instansi yang Bapak/Ibu pimpin, guna penyusunan Tugas Akhir mahasiswa tersebut di atas dengan judul "**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI OPTIK MELAWAI JEMURSARI SURABAYA TAHUN 2023**"

Pelaksanaan penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa kami disesuaikan dengan jadwal yang ditentukan oleh instansi yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian surat permohonan ini, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Direktur

ARO Leprindo Jakarta,



Dian Leila Sari, A.Md.RO., S.Pd.M.Kes  
NIDN. 0319126402

Tembusan:  
1. Arsip