

Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Optik Melawai Jemursari Surabaya Tahun 2023

Nova Joko Pamungkas¹, J. FR. Sulistyorini², Rizki Vika Wibian Anugrah³

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

E-mail: Vikawbn45@gmail.com³

Abstract

Optik Melawai is a company engaged in eye examination services and buying and selling vision aids such as glasses, contact lenses and supporting tools. To increase customer satisfaction and become superior to competitors in increasingly fierce business competition, Optik Melawai continues to strive for improvement and development both in terms of products and services.

The research method uses a quantitative research approach, with normality tests and correlation analysis. The population in this study were all Optik Melawai customers totaling 300 people, the sampling technique used incidental sampling technique, so the sample taken in this study was 30 people, which was taken 10% of the population of 300 people. The data collection technique uses a questionnaire which is measured through the dimensions of tangibles / physical evidence, reliability / trust, responsiveness / responsiveness, assurance / guarantee and empathy / empathy.

The results of the survey showed that the majority of respondents expressed high satisfaction with all aspects of the quality of service and customer satisfaction at Optik Melawai Jemursari Surabaya. Data analysis revealed that the service quality variable has a positive and significant impact on customer satisfaction, with a satisfaction ratio of 83.3%. R Square of 0.833 indicates that most of the variation in client satisfaction can be explained by an independent variable, that is, service quality. This assessment provides an important contribution to understanding the relationship between quality of service and customer satisfaction, with practical implications for improving the quality of services at Optik Melawai Jemursari Surabaya in order to maintain and improve the level of client satisfaction.

Keywords: Quality Service, Melawai

Article history: (dilengkapi oleh admin)

PUBLISHED BY:

Jurnal Optometri

Address:

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

Email:

lppm@aroleprindo.ac.id

Phone:

+62 ____

Submitted Tanggal Bulan Tahun

Accepted Tanggal Bulan Tahun

Published Tanggal Bulan Tahun

Barcode Keaslian

(dilengkapi oleh admin) 1

Abstrak

Dokumen ini Optik Melawai merupakan Perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan pemeriksaan mata dan jual beli alat bantu penglihatan seperti kacamata, lensa kontak dan alat pendukungnya. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan menjadi lebih unggul dari kompetitor dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, Optik Melawai terus berupaya melakukan perbaikan dan pengembangan baik dari sisi produk maupun pelayanan.

Metode penelitian menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, dengan uji normalitas dan analisis korelasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Optik Melawai yang berjumlah 300 orang, Teknik pengambilan sampel menggunakan Teknik sampling incidental, maka sampel yang di ambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 orang, yang di ambil 10% dari opulasi yang berjumlah 300 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner yang di ukur melalui dimensi *tangibles*/bukti fisik, *reability*/kepercayaan, *responsiveness*/daya tanggap, *assurance*/jaminan dan *emphaty*/empati.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan kepuasan yang tinggi terhadap seluruh aspek kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di Optik Melawai Jemursari Surabaya. terlihat dari persentase yang signifikan dari responden yang menyatakan puas atau sangat puas dalam setiap aspek yang diteliti. Analisis data mengungkapkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan rasio kepuasan mencapai 83,3%. R Square sebesar 0,833 menunjukkan bahwa sebagian besar variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel independen, yaitu kualitas layanan. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, dengan implikasi praktis untuk meningkatkan kualitas layanan di Optik Melawai Jemursari Surabaya guna mempertahankan dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Melawai*

*Penulis Korespondensi:

Nama, email: Rizki Vika Wibian Anugrah, Vikawbn45@gmail.com



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

PENDAHULUAN

Mata merupakan organ yang sangat penting bagi manusia. Kelainan refraksi merupakan kondisi dimana cahaya yang masuk ke mata tidak dapat difokuskan dengan jelas yang membuat bayangan benda terlihat buram (Kemenkes, 2018) mata dapat bekerja secara efektif menerima cahaya dengan rentang intensitas yang sangat lebar sekitar 10 milyar cahaya. 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. Faktor penentu kepuasan pelanggan diantaranya adalah kualitas pelayanan dan harga (Ari Prasetyo. *Management Analysis Journal* 1 (1), 2012). Menurut (Philip Kotler, 1997) pelayanan suatu bentuk kegiatan dan manfaat yang ditawarkan kepada pihak lain dengan tanpa kepemilikan sesuatu. 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 mendorong penjualan jasa dan menciptakan keunggulan tersendiri dibandingkan pesaing. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Tjiptono, 2014).

Seperti yang diungkapkan oleh (Aka et al., 2016) 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. Jadi, sebagai penyedia jasa dan layanan optik harus memiliki pelayanan yang berkualitas supaya para pelanggan merasa puas dan akan mendorong 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, 2014), Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya 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

METODE

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang di gunakan adalah penelitian kuantitatif. Yaitu metode yang bersifat analisis statistic dengan angka-angka data ordinal dan kategori dalam urutan peringkat yang dikumpulkan menggunakan penelitian lapangan (*field research*). Tujuan penelitian 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)

Tempat penelitian dilakukan di Optik Melawai Jemursari Surabaya yang beralamat di ruko jemursari, Jl.Raya Jemursari No. 90, Jemur Wonosari, Kec Wonocolo, Surabaya, Jawa Timur. Waktu peneitian yang digunakan peneliti untuk penelitian ini dilakukan sejak tanggal pemberian ijin penelitian pada bulan Maret sampai Mei 2023. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan atau pembeli yang berkunjung ke Optik Melawai Jemursari Surabaya yang berjumlah 300 orang. Sampel adalah bagian dari populasi yang di jadikan sebagai responden dalam penelitian. Sampel pada penelitian ini berjumlah 30 orang..

Sumber data diperoleh melalui data primer. Data primer adalah informasi yang dikumpulkan oleh peneliti atau diperoleh langsung dari praktek melalui wawancara pribadi atau menggunakan kuisioner, hasil observasi lapangan, dan informasi mengenai informan. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *sampling accidental*. Pada penelitian ini peneliti menggunakan software yaitu *statistical packages for social sciences* (SPSS) versi 22.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tabel 4.1 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

Tabel 4.1
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 ke atas	10	33.3	33.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden laki-laki berjumlah 12 sample dengan persentase sebesar 40 % dan responden perempuan berjumlah 18 sample dengan persentase sebesar 60%.

Tabel 4.2
Kriteria 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	

Berdasarkan tabel 4.3 dari 30 responden, 8 sampel atau 26,7% adalah pelajar, 6 sampel atau 20% adalah pegawai negeri, 5 sampel atau 16,7% adalah pegawai swasta, dan sebanyak 11 sampel atau 36,7% adalah wiraswasta.

Tabel 4.3
Kriteria Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar	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	

Berdasarkan tabel 4.4, tingkat pendidikan terakhir dari 30 responden berkisar antara SMP sebanyak 5 sampel atau 16,7%, SMA/SMK sebanyak 19 sampel atau 63,3%, dan

D3/S1 sebanyak 6 sampel atau 20%.

Tabel 4.4
Kriteria Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	5	16.7	16.7	16.7
	SMP	19	63.3	63.3	80.0
	SMA	6	20.0	20.0	100.0
	MAHASISWA	30	100.0	100.0	

Tabel 4.5
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	.913	.833	.827	.777

Tabel 4.6
Anova

ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	84.075	1	84.075	139.361	.000 ^b
	Residual	16.0892	28	.603		
	Total	100.967	28			

Berdasarkan tabel 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.

Tabel 4.7
Hasil Uji Hipotesis Koefisien Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.547	1.488		3.727	.001
	Constant total x	.800	.068	.913	11.805	.000

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

KESIMPULAN

Simpulan Berikut kesimpulan yang dapat ditarik berdasarkan temuan penelitian yang telah dibahas:

1. Variable Kualitas Pelayanan
 - a. Berdasarkan pertanyaan tentang peralatan Optik yang di pakai sudah memenuhi standart kenyamanan dari 30 sampel terdapat 7 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 7 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, 2 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 7 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 7 sampel atau sebesar 23,3% menyatakan cukup puas, 23 sampel atau sebesar 76,7% menyatakan sangat puas.
2. Variable Kepuasan Pelanggan
 - a. Berdasarkan pertanyaan tentang produk yang di tawarkan sudah memenuhi kebutuhan pelanggan dari 30 sampel terdapat 3 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 3 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 3 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 3 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 3 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 (R²). 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.

UCAPAN TERIMA KASIH

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

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ahmed Denton. (2020). Why Do Most Small Businesses in Liberia Fail. *Open Journal of Business and Management*, 8
- [2] Aka, D. O., Kehinde, O. J., & Ogunnaike, O. O. (2016). Relationship Marketing and Customer Satisfaction: A Conceptual Perspective. *Binus Business Review*, 7(2), 185. <https://doi.org/10.21512/bbr.v7i2.1502>
- [3] Ari Prasetyo. Management Analysis Journal 1 (1), 2012). (2012). No Title. Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan, (2008) . (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*.
- [4] Muh. Yani Balaka. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif*.
- [5] Philip Kotler. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control International Series in Marketing Marketing Management Prentice Hall international series in marketing* (9th ed.). Prentice Hall.
- [6] RI, K. (2018). *Apa itu Kelainan Refraksi*. <https://p2ptm.kemkes.go.id/infographic-p2ptm/gangguan-indera-fungsional/apa-itu-kelainan-refraksi>
- [7] Ridwan. (2010). Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika. *Alfabeta*.
- [8] sugiyono. (2016). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D. *Bandung: Alfabeta*
- [9] Supranto, J. (2006b). *pengukuran tingkat kepuasan untuk menaikkan pangsa pasar*
- [10] Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan Dan Penelitian Edisi Terbaru. January 2014*, 624.
- [11] Valarie A Zeithaml. (2009). *Marketing de servicios*.
- [12] Wood, J. V, Elaine Perunovic, W. Q., & Lee, J. W. (2009). Positive Self-Statements: Power for Some, Peril for Others. *Psychological Science*, 20(7), 860–866. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2009.02370>.