

**GAMBARAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI OPTIK DIAN LAMPUNG**

KARYA TULIS ILMIAH

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



Oleh :

Thorik Kaneko Putro

20090

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

HALAMAN PENGESAHAN

Karya tulis ilmiah ini telah diujikan pada seminar proposal dan siap untuk diujikan pada sidang akhir Pendidikan Tinggi Diploma III Optometri Akademi Refraksi Optisi Leprindo Jakarta

Jakarta, 14 Oktober 2023

Disetujui,

Pembimbing Materi

Siti Daljinah., SKM., MM
NIDN. 302097503

Pembimbing Teknis



Dra. Siti Hamidah
NIP. 030906582027

Disahkan,

Direktur

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

HALAMAN PENGESAHAN

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

Tim Penguji

Penguji I : Dian Leila Sari, Amd.RO., S.Pd., M.Kes (_____)

Penguji II : Maya Shafhira, A.Md.RO.,MM (_____)

Penguji III : Taufik Hadi, A,Md.RO.,MM (_____)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Thorik Kaneko Putro

Tempat Tanggal Lahir : Kalianda, 15 November 2001

Alamat Rumah : Jln. Kolonial Makmum Rasyid kec. Kalianda

Agama : Islam

Riwayat Pendidikan :

1. Lulus SDN Bumi Agung, Tahun 2014
2. Lulus Mts Al-Khairiyah Bumi Agung, Tahun 2017
3. Lulus Man 1 Lampung Selatan, Tahun 2020
4. Tercatat Sebagai Mahasiswa ARO LEPRINDO JAKARTA Program Studi DIII Optometri

Ciputat, 15 Juli 2023



Thorik Kaneko Putro

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan YME atas segala pertolongan, rahmat, kasih sayang-Nya, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Tulis Ilmiah dengan baik yang berjudul, “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASANPELANGGAN DI OPTIK DIAN LAMPUNG”.

Karya Tulis ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan Program Studi DIII Optometri. Karya Tulis ini dapat selesai tepat waktu bukan hanya karna usaha penulis sendiri mencari literatur, namun juga berkat semangat, dorongan serta bantuan dari orang – orang sekeliling penulis. Oleh karna itu pada kesempatan ini, ijin penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Ibu Dian Leila Sari, A.Md.RO.,S.PD.,M.Kes selaku Direktur Akademi Refraksi Optisi Leprindo Jakarta yang telah memberikan izin dalam penelitian ini
2. Siti Daljinah, SKM, MM selaku Pembimbing Materi yang telah membimbing, merevisi, serta memberi masukan, arahan dan saran yang sangat membantu dalam mencari literatur serta menyusun materi untuk karya tulis ini.
3. Dra. Siti Hamidah selaku Pembimbing Teknis yang telah membimbing, merevisi, serta memberi saran dan pengarahan yang sangat membantu dalam penulisan karya tulis ini.
4. Ibunda Rosidah dan Ayahanda Ali Khambali yang telah memberi banyak nasihat, dorongan, serta doa dalam penulisan karya tulis ini.

5. Seluruh teman dekat yang memberi motivasi, menemani, dan memberi dorongan penulis dalam menyelesaikan karya tulis ini serta semua teman-teman angkatan 43 yang saling menyemangati, membantu, dan menghibur dalam menyelesaikan karya tulis.
6. Seseorang saat ini yang tidak bisa saya sebutkan milik penulis yang selalu mendukung penulis dan telah banyak membantu, mengajarkan, serta meluangkan waktunya dalam pembuatan halaman karya tulis ini.
7. Semua responden penelitian ini yang telah bersedia meluangkan waktu serta bekerjasama dengan baik selama penelitian.

Akhir kata penulis berharap semoga kebbaikannya, semua dibalas oleh Allah SWT dan semoga karya tulis ini dapat bermanfaat bagi penulis dan penelitian-penelitian berikutnya, amin.

Jakarta, 14 Oktober 2023

Thorik Kaneko Putro

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Optik Dian Lampung. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 30 responden dengan menggunakan teknik non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Responden penelitian ini adalah pelanggan Optik Dian yang berdomisili di Lampung Selatan. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kesimpulannya, kepuasan pelanggan akan membentuk persepsi positif terhadap dian optik dan kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan

Kata Kunci: kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of service quality on customer satisfaction at Optik Dian Lampung. The type of research carried out is explanatory research with a quantitative approach. The number of samples in this study was 30 respondents using a non-probability sampling technique with a purposive sampling approach. Data collection was carried out by distributing questionnaires whose validity and reliability had been tested. The respondents of this research are Optik Dian customers who live in South Lampung. This research uses simple linear regression analysis. The research results show that service quality has a significant positive effect on customer satisfaction. In conclusion, customer satisfaction will form a positive perception of dian optics and service quality can be done by improving service quality

Keywords: service quality on customer satisfaction

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
1. Manfaat bagi Diri Sendiri	4
2. Bagi Masyarakat	4
3. Manfaat Teoritis.....	4
4. Manfaat bagi Institusi	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Landasan Teori	6
1. Definisi Kualitas Pelayanan.....	6
2. Indikator Kualitas Pelayanan	9

3.	Kepuasan Pelanggan	10
4.	Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	12
5.	Indikator Kepuasan Pelanggan.....	13
6.	Cara Meningkatkan Kepuasan Pelanggan	15
7.	Hubungan Antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	15
B.	Kerangka Teori.....	17
C.	Kerangka Konsep	17
E.	Hipotesis	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		19
A.	Jenis Penelitian	19
B.	Tempat dan Waktu	19
C.	Populasi dan Sampel	20
D.	Sumber Data	22
E.	Teknik Pengambilan Sampel.....	23
F.	Analisis Data	24
1.	Uji Validitas	24
2.	Uji Reliabilitas	24
3.	Teknis Analisis	25
G.	Definisi Operasional.....	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		27
A.	Profil Optik.....	27
B.	Hasil Penelitian.....	28
BAB V PENUTUP.....		30
A.	Kesimpulan.....	30
B.	Saran	30
DAFTAR PUSTAKA		32

DAFTAR LAMPIRAN.....	34
----------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1.....	
-----------------	--

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	16
Gambar 2. 2.....	18

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia usaha yang akan berkembang dengan pesat membawa tantangan dan ancaman tersendiri bagi para pelaku ekonomi untuk bersaing dan menjamin kelangsungan usahanya. Tidak terkecuali pada era ini dan telah terjadi perkembangan yang sangat pesat dalam dunia bisnis. Segala bentuk kehidupan masyarakat yang baik dalam hal kebutuhan primer, sekunder dan tersier adalah kebutuhan yang ingin dipenuhi, dipenuhi dan dicapai oleh manusia. Seiring dengan pesatnya perkembangan dunia fashion, sekarang ini luar dalam negara sangat berpengaruh dalam masyarakat termasuk fashion kacamata dan lensa kontak (Ai Dadah:2018).

Perkembangan industri optik di negara kita belum seperti itu rupanya, kita dapat melihat ini dengan jumlah impor bingkai yang tinggi (fame kacamata) dari pada ekspor. Aktivitas tinggi dan semakin cepat berkembang teknologi khususnya elektronika menggunakan layar monitor, semua orang bisa menuntut untuk bisa mengikuti perkembangan ini.

Sering melihat layar monitor, terkena radiasi dari layar monitor, baik komputer, ponsel, atau barang elektronik lainnya, lama kelamaan akan mempengaruhi penglihatan seseorang. Kementerian perindustrian berupaya keras meningkatkan perkembangan industri kacamata tanah air agar mampu menguasai pasar lokal hingga 6 triliun, 2 disebabkan oleh sekitar 40% atau sekitar 80 juta orang di Indonesia membutuhkan kacamata (GAPOPIN,2016).

Direktu PDO GAPOPIN Thomas Soetomo (2016) mengatakan, “saat ini baru ada sekitar 30 juta Indonesia berkacamata.

Namun berdasarkan survei yang ada, sekitar 80 juta orang Indonesia yang dianggap memenuhi syarat dan wajib kacamata. Dalam hal ini pangsa pasar maksimal yang digarap tahun lalu hanya 2,5 triliun atau rata-rata Rp. 75.000 kali 32 juta. Yang memakai kacamata, “ Indonesia adalah negara yang memiliki tingkatan pertumbuhan yang tinggi.

Jumlah penduduk akan bertambah, dan laju pertumbuhan tahunan akan berdampak pada tingkat permintaan di masyarakat. Saat ini kacamata tidak hanya berfungsi sebagai alat yang digunakan manusia untuk membantu penglihatan, tetapi juga berkontribusi terhadap kesehatan dan keselamatan dari bahaya kecelakaan kerja. .

Kacamata selain fungsinya telah menjelma sebuah benda yang mencerminkan identitas atau kebiasaan pribadi yang sering kali di kategorikan sebagai fasion. Tren fashion terus berubah dan berkembang mengikuti perkembangan zaman. Mode ini mencakup berbagai macam barang, termasuk pakaian, alat kaki dan aksesoris yang berfungsi sebagai simbol identitas seseorang (Ai Dadah,2018).

Arti penting bagi manusia tidak bisa di lebih-lebihkan, seperti yang di ungkapkan (Ari Frasetyo). Optik atau fasilitas optik yag memberikan pelayanan penting seperti pemeriksaan mata, tes refraksi danpemasangan lensa kontak. Disisi lain kualitas pelayanan adalah cara konsumen dilayani dengan kemampuan terbaik kita, serta bagaimana kita memenuhi dan berkomunikasi keinginan mereka yang sesuai dengan harapan mereka. Kepuasan pelanggan

yang di tentukan oleh kualitas pelayanan dan harga di pengaruhi oleh faktor. Management Analisis Journal 1(1), 2012).

Menurut Philip Kotler pada tahun 1997, kepuasan pelanggan adalah ukuran bagaimana pelanggan memandang kinerja perusahaan dibandingkan dengan harapan mereka. Untuk memenuhi harapan tersebut suatu perusahaan harus mengutamakan aspek-aspek yang penting bagi pelanggan. Sebagai penyedia layanan optik sangat penting untuk menawarkan pelayanan berkualitas untuk menjamin kepuasan pelanggan, yang dapat mengarah pada peningkatan penjualan dalam industri optik.

Oleh karena itu, mengingat peningkatan jumlah pengguna kacamata di Lampung, peluang bisnis optik menjadi sangat menjanjikan mengingat banyaknya optik yang berdiri di Lampung. Oleh karena itu, Optik Dian perlu memiliki keunggulan dibandingkan dengan optik lainnya. Salah satu keunggulan yang dimiliki oleh Optik Dian dapat dilihat dari aspek pelayanan. Dengan menyediakan layanan yang berkualitas, diharapkan pelanggan akan merasa puas dan cenderung kembali untuk membeli produk yang ditawarkan oleh Optik Dian. Pendekatan ini bertujuan untuk merebut dan mempertahankan konsumen, sehingga mereka tetap memilih untuk berbelanja di optik tersebut, menjaga kelangsungan bisnis Optik Dian.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik menulis karya tulis ilmiah dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana kualitas pelayanan di Optik Dian ?
2. Mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan di Optik Dian ?
3. Mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan di Optik Dian

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan.
2. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan .
3. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh antara hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi Diri Sendiri

Menerapkan ilmu yang didapat selama perkuliahan terutama tentang manajemen optik dan pemeriksaan mata.

2. Bagi Masyarakat

Dengan adanya penulisan karya tulis ilmiah ini diharapkan dapat memberi ilmu dan pemahaman kepada masyarakat tentang pentingnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap pelanggan.

3. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan sumbangan data mengenai prosedur yang harus dilakukan staf optik terhadap pelanggan manfaat bagi instuisi.

4. Manfaat bagi Optometri

Merupakan karya tulis ilmiah yang di mana nantidapat digunakan jadi salah satu refrensi kepustakaan yang berguna baik bagi mahasiswa dan teman sejawat maupun dunia pendidikan khususnya Refraksi Optisi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Definisi Kualitas Pelayanan

Untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan dan tetap bersaing di pasar, suatu perusahaan harus menyajikan layanan dengan mutu terbaik. Kejelasan kepuasan pelanggan membawa banyak keuntungan, seperti membangun relasi positif antara perusahaan dan pelanggan, memupuk loyalitas pelanggan yang berujung pada pembelian berulang, dan menciptakan rekomendasi melalui mulut ke mulut yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan. Definisi oleh Arianto (2018) mengartikan kualitas layanan sebagai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dan persyaratan pelanggan dengan tepat waktu, sejalan dengan harapan mereka.

Menurut konsep Kualitas Pelayanan sebagaimana dijelaskan oleh Kasmir (2017:47), fokusnya terletak pada tindakan yang dilakukan oleh individu atau organisasi dengan maksud memberikan kepuasan kepada pelanggan atau karyawan. Di sisi lain, Aria dan Atik (2018:16) menegaskan bahwa Kualitas Pelayanan merupakan komponen yang sangat penting dalam upaya memberikan layanan yang bermutu, karena memiliki korelasi langsung dengan kepuasan konsumen. Hanya melalui penyampaian Kualitas Layanan yang efektif, kepuasan pelanggan dapat dijamin.

a. Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan

Dalam memberikan Kualitas Pelayanan Perusahaan memiliki prinsip yang harus diwujudkan ,Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:141) ada 6 pokok prinsip antara lain :

- 1) Kepemimpinan strategis kualitas pelayanan perusahaan harus mempunyai inisiatif dan komitmen.
- 2) Pendidikan semua personil perusahaan dari manajer puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas.
- 3) Perencanaan proses strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya.
- 4) Review proses review merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional.
- 5) Komunikasi Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan.
- 6) Penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategis kualitas.

b. Faktor –Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

- 1) Menurut Tjiptono (2015:178), ada tujuh faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu:
- 2) Produksi dan konsumsi terjadi secara bersamaan. Salah satu ciri khas jasa adalah ketidakterpisahannya (tidak dapat

dipisahkan), artinya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan.

- 3) Tingginya intensitas tenaga kerja, yang membutuhkan insentif pegawai dalam memberikan pelayanan, dapat menimbulkan masalah kualitas, terutama dalam bentuk variabilitas produksi yang tinggi. Dukungan yang tidak memadai dari pelanggan internal juga dapat menjadi hambatan, mengingat bahwa karyawan di garis depan merupakan ujung tombak dari sistem pemberian layanan.
- 4) Adanya kesenjangan komunikasi dapat menghasilkan penilaian atau persepsi negatif terhadap Kualitas Pelayanan. Jika terdapat kesenjangan komunikasi, kemungkinan besar akan muncul penilaian yang tidak menguntungkan terkait dengan kualitas pelayanan yang disediakan.
- 5) Memperlakukan Semua Pelanggan dengan Cara yang Sama: Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama dapat menjadi pendekatan yang kurang efektif. Setiap pelanggan memiliki kebutuhan dan preferensi yang unik. Pendekatan yang lebih efektif mungkin adalah personalisasi layanan berdasarkan karakteristik dan kebutuhan masing-masing pelanggan.
- 6) Perluasan atau Pengembangan Layanan secara Berlebihan: Pengembangan layanan baru bisa menjadi strategi yang baik untuk meningkatkan portofolio bisnis, tetapi perlu dihindari

jika itu terlalu berlebihan. Terlalu banyak layanan baru tanpa pertimbangan yang baik dapat menyebabkan fragmentasi dan kehilangan fokus.

- 7) Visi Bisnis Jangka Pendek: Menyusun visi bisnis yang terlalu berfokus pada tujuan jangka pendek, seperti pencapaian target penjualan atau laba tahunan, dapat menyebabkan fokus yang terlalu sempit. Penting untuk memiliki visi yang seimbang antara tujuan jangka pendek dan jangka panjang yang mencakup keberlanjutan dan pertumbuhan berkelanjutan.

2. Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator Kualitas Pelayanan yang diemukakan oleh Fitzsimmons, sebagaimana disitir dalam karya Zaenal Mukarom dan Muhibudin (2015), mencakup lima aspek utama. Berikut adalah penjelasan singkat mengenai masing-masing indikator:

a. Realibility (Keandalan):

Pemberian kualitas pelayanan yang tepat dan benar. Ini menunjukkan bahwa pelanggan dapat mengandalkan penyedia layanan untuk memberikan pelayanan yang konsisten, andal, dan sesuai dengan harapan.

b. Tangible (Tangible):

Penyediaan sumber daya dan fasilitas fisik yang memadai. Ini mencakup semua aspek yang dapat dilihat, disentuh, atau dirasakan

oleh pelanggan, seperti fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan staf.

c. Responsiveness (Responsivitas):

Keinginan untuk melayani konsumen dengan cepat. Responsivitas mengukur sejauh mana penyedia layanan bersedia dan mampu memberikan layanan dengan tanggapan yang cepat terhadap kebutuhan dan permintaan pelanggan.

d. Assurance (Jaminan):

Tingkat perhatian terhadap etika dan moral dalam memberikan kualitas pelayanan. Ini mencakup kemampuan staf untuk memberikan keyakinan dan kepercayaan kepada pelanggan melalui pengetahuan, keterampilan, dan perilaku etis.

e. Empati:

Tingkat kemauan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen. Empati melibatkan kemampuan untuk memahami dan merasakan pengalaman atau pandangan pelanggan serta memberikan perhatian yang penuh perasaan terhadap mereka.

3. Kepuasan Pelanggan

1. Pengertian kepuasan pelanggan

Dunia usaha yang akan berkembang dengan pesat membawa tantangan dan ancaman tersendiri bagi para pelaku ekonomi untuk bersaing dan menjamin kelangsungan usahanya. Tak terkecuali pada era ini dan dunia bisnis mengalami perkembangan yang sangat pesat.

2. Manfaat Kepuasan Pelanggan

Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas terhadap Produk. Kepuasan merupakan landasan utama untuk mengembangkan rasa suka terhadap produk atau jasa yang disajikan. Apabila seorang pelanggan merasa puas dengan suatu jasa atau produk, kemungkinan besar mereka akan kembali untuk melakukan pembelian berulang. Bahkan, meskipun mereka tetap setia, ada peluang besar bahwa mereka akan merekomendasikan produk atau layanan tersebut kepada orang lain tanpa Anda perlu memberitahu secara eksplisit. Menjadi

3. Titik Diferensiasi

Seiring berjalannya waktu, muncul berbagai perusahaan dengan produk atau layanan yang berbeda, menjadikan pasar semakin kompetitif. Setiap perusahaan berkompetisi untuk memenangkan target pasar. Salah satu pembeda utama antara perusahaan-perusahaan dalam persaingan bisnis adalah tingkat kepuasan pelanggan. Perusahaan yang dapat menempatkan perhatian khusus pada kepuasan pelanggan sebagai faktor kunci dalam operasional bisnisnya akan mampu bertahan dalam lingkungan bisnis yang sangat kompetitif. Kepuasan pelanggan dianggap sebagai faktor pembeda yang signifikan bagi konsumen baru/

4. Menambah Pendapatan dan Citra Baik

Pelanggan yang merasa puas terhadap produk atau jasa suatu perusahaan cenderung akan terus memilih menggunakan produk

atau jasa tersebut. Pelanggan yang benar-benar puas kemungkinan besar akan bersedia menghabiskan lebih banyak uang untuk pembelian selanjutnya. Selain memberikan kontribusi pada peningkatan pendapatan, kepuasan pelanggan juga memiliki dampak positif terhadap citra perusahaan, menciptakan reputasi yang baik di mata masyarakat.

4. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Faktor utama yang berpengaruh adalah produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Produk dan layanan berkualitas tinggi melibatkan proses penyaringan kontrol kualitas yang ketat. Apabila konsumen mendapatkan produk dan layanan yang berkualitas, kepuasan mereka cenderung meningkat.

a. Pelayanan

Kualitas pelayanan memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Pelayanan merupakan faktor kunci dalam membangun loyalitas pelanggan, terutama jika bisnis Anda berfokus pada penyediaan jasa. Pelayanan yang baik mencakup aspek-aspek seperti keramahan dari staf. Sebagian besar perusahaan memiliki layanan pelanggan yang didesain untuk memberikan pelayanan yang memadai. Penting juga untuk bersikap toleran terhadap kritik dan saran dari pelanggan. Keterlibatan dalam layanan pelanggan dapat meningkatkan kepuasan karena kemampuannya untuk

menanggapi keluhan pelanggan dengan memberikan solusi secara cepat.

b. Kenyamanan

Kenyamanan merupakan salah satu faktor kunci yang signifikan dalam memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Kenyamanan ini sering kali terkait dengan kemudahan dalam proses pembelian produk dan pelaksanaan pembayaran. Pelanggan umumnya tidak menghendaki pengalaman yang memakan waktu lama dalam mendapatkan produk atau layanan. Sebaliknya, mereka cenderung lebih puas ketika proses tersebut berjalan dengan lancar dan efisien.

5. Indikator Kepuasan Pelanggan

a. Survei Kepuasan Pelanggan

Untuk mengukur kepuasan pelanggan, perusahaan dapat melakukan survei secara berkala. Proses ini melibatkan pertimbangan mengenai jumlah pelanggan yang akan disurvei, kriteria pemilihan pelanggan yang akan disertakan dalam survei, dan metode survei yang akan diterapkan. Berikut adalah beberapa langkah yang dapat diambil:

1) Menentukan Jumlah Pelanggan yang Disurvei:

Pilih sampel yang representatif dari basis pelanggan Anda. Jika memungkinkan, tentukan ukuran sampel yang dapat memberikan hasil yang dapat diandalkan.

2) Kriteria Pemilihan Pelanggan

Identifikasi kriteria untuk memilih pelanggan yang akan disurvei. Misalnya, dapat melibatkan pelanggan yang baru saja melakukan transaksi, pelanggan yang telah berlangganan dalam jangka waktu tertentu, atau pelanggan yang memiliki riwayat penggunaan produk atau layanan tertentu.

3) Teknik Survei:

Pilih teknik survei yang sesuai dengan tujuan dan karakteristik pelanggan Anda. Ini bisa berupa survei online, wawancara telepon, kuesioner tertulis, atau bahkan wawancara langsung.

4) Menyiapkan Pertanyaan Survei:

Rancang pertanyaan survei dengan cermat untuk mengukur aspek-aspek tertentu yang relevan dengan kepuasan pelanggan. Gunakan pertanyaan terbuka dan tertutup untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam.

5) Analisis Data dan Tindak Lanjut:

Setelah survei selesai, analisis data dengan cermat. Identifikasi tren, pola, dan area yang memerlukan perbaikan. Lakukan tindakan lanjut untuk mengatasi masalah atau kekhawatiran yang muncul dari hasil survei.

6) Konsistensi dan Kontinuitas:

Lakukan survei secara berkala untuk memantau perubahan dalam tingkat kepuasan pelanggan. Ini dapat membantu perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan dalam preferensi atau kebutuhan pelanggan. Melalui survei kepuasan pelanggan yang

baik, perusahaan dapat mendapatkan wawasan yang berharga untuk meningkatkan kualitas layanan dan produk mereka serta memperkuat hubungan dengan pelanggan

b. Cara Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

1) Terima Kritik dan Saran

Kritik dan saran pelanggan dapat memberikan masukan yang besar untuk meningkatkan kualitas produk/jasa.

2) Pastikan Produk Tersedia

Semua orang ingin mendapatkan sesuatu dengan mudah. Jadi, usahakan untuk menyediakan produk/jasa yang mudah diakses. Jika sebuah perusahaan memiliki tim berdedikasi yang siap mengunjungi pelanggan lokal, itu merupakan nilai plus di mata pelanggan.

3) Memberikan Pelayanan dan Fasilitas Tambahan

Tambahan pelayanan dan fasilitas yang diterima pelanggan dapat meningkatkan kepuasan. Hal ini dapat dilakukan melalui sistem keanggotaan. Pelanggan yang menjadi anggota dapat menikmati promosi khusus dan penawaran khusus.

4) Hubungan Antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

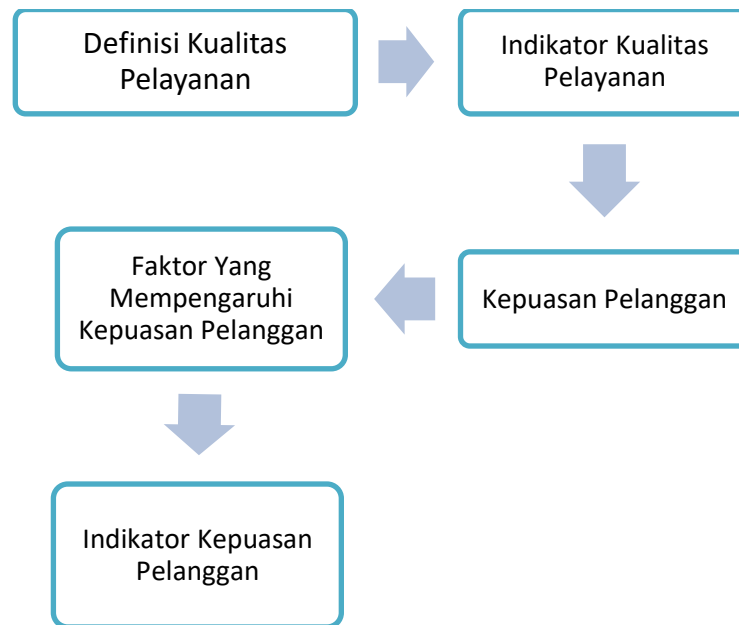
Peran kualitas layanan tidak dapat dilebih-lebihkan dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif. Ketika kami memberikan layanan yang berkualitas tinggi dan sesuai dengan harapan pelanggan, itu menjadi standar untuk mengevaluasi

kualitas layanan kami. Sebaliknya, jika tingkat kualitas layanan yang dirasakan tidak sesuai harapan, pelanggan cenderung merasa kecewa, tidak puas, dan bahkan dapat berdampak negatif pada citra kita secara keseluruhan.

Menurut pendapat dari Fandy Tjiptono (2015:125) yang menjelaskan bahwa dengan indeks kepuasan Kualitas konsumen yang diukur dalam ukuran apapun dengan dimensi kualitas pelayanan yang meliputi tangible, empathy,realibility,responsiveness dan assurance.

Dari beberapa dimensi diatas memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen diperkuat lagi dengan mengutip dari jurnal wayan Widya Suryadharma dan Ketut Nurcahya (2015) yang menunjukkan bahwa secara simultan variable kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

B. Kerangka Teori



Gambar 2.1

C. Kerangka Konsep

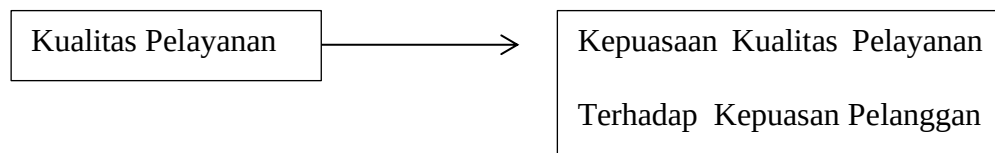
Kerangka konseptual menyediakan landasan teoritis yang menjelaskan keterkaitan antara variabel-variabel yang akan diteliti. Ini merinci hubungan antara variabel independen dan dependen, dan memberikan dasar untuk pemahaman tentang bagaimana variabel-variabel tersebut dapat saling memengaruhi.

Kerangka konseptual membantu merumuskan secara teoritis hubungan antara variabel independen dan dependen. Ini menciptakan dasar bagi peneliti untuk mengidentifikasi hubungan kausal atau korelasional antara variabel-variabel yang diteliti.

Jika ada variabel moderator (yang memodifikasi hubungan antara variabel independen dan dependen) atau variabel intervening (yang memediasi hubungan tersebut), kerangka konseptual membantu

merumuskan dan menyusun elemen-elemen ini dalam paradigma penelitian.

Berdasarkan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Optik Dian. Hubungan antara variabel bebas (kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan) dan variabel terikat (kepuasan konsumen) dapat dilihat sebagai faktor-faktor yang saling berinteraksi dan memberikan dampak pada tingkat kepuasan pelanggan. diilustrasikan sebagaimana terdapat pada gambar di bawah ini.



Gambar 2. 1

Kerangka Konsep

E. Hipotesis

H1: Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap kualitas pelayanan

H2: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang bersandar pada filsafat positivisme. Metode ini digunakan untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu. Dalam konteks ini, teknik pengambilan sampel digunakan, dan data yang dikumpulkan diolah dengan teknik analisis data kuantitatif atau statistik. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah diaplikasikan dalam penelitian tersebut.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan dan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terkait (dependent). Dalam konteks spesifik, penelitian ini menganalisis dan menguji apakah variabel kualitas layanan memiliki pengaruh pada kepuasan pelanggan. Sugiyono (2018) sebagai sumber, yang menunjukkan dasar konseptual dan metodologis untuk pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini.

Dengan menggabungkan metode kuantitatif dan fokus pada hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang kuat dan data empiris untuk mendukung temuan-temuan yang relevan dengan tujuan penelitian Anda..

B. Tempat dan Waktu

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Kalianda, Lampung Selatan.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini akan berlangsung pada bulan Juli sampai September

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah subjek penelitian. Menurut pendapat sugiyono (2011:117) menyatakan bahwa populasi ialah wilayah generalisasi yang terdiri dari dari benda/mata pelajaran yang memiliki sifat dan karakteristik tertentu ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diingat kembali kesimpulannya.

Jadi dapat disimpulkan bahwa populasi bukan hanya yang berkaitan tentang orang, melainkan bisa juga tentang benda dan mencakup keseluruhan karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek. populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang datang ke optik dian yang berada di Kalianda, Lampung Selatan.

2. Sampel

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel jenuh. Menurut Suggiono (2014) menyatakan bahwa: teknik pengambilan sampel jenuh adalah teknik pengambilan sampel bila semua anggota popi;asi digunakan sebagai sampel. Hal ini dilakukan karena ingin melakukan penelitian dengan generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil.

Kemudian sampel meneliti sebanyak 50 pelanggan yang dtang ke optik Dian Optikal di Lampung Selatan. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang dateng ke Optik Dian di

Lampung berjumlah 100 pelanggan,. Di dalam penelitian ini penulis mempersempit populasi yaitu jumlah kedatangan kepada Optik Dian sebanyak 100 pelanggan dengan menghitung jumlah sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin menurut Sugiyono:18).

Penelitian ini menggunakan rumus Slovin dalam mengambil 44 sampel, jumlahnya harus representatif untuk menghasilkan penelitian dapat digeneralisasi dan perhitungan tidak bisa membutuhkan tabel jumlah sampel, tetapi dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana, rumus Slovin menentukan sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

keterangan :

n =ukuran sampel

N = ukuran populasi

E= persentase kendur untuk akurasi kesalahan sampling masih bisa ditoleransi ;e=0.1

Dalam rumus Slovin terdapat ketentuan sebagai berikut :

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 pelanggan , jadi persentase kelonggaran yang digunakan adalah 10 % dan hasil perhitungannya dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{100}{1 + 100(0.1)^2}$$

$n = \frac{100}{2} = 50$ jumlah pelanggan yang akan diteliti adalah 50.

2

Berdasarkan perhitungan di atas, maka sampelnya adalah responden dalam penelitian ini disesuaikan sebanyak 50 orang atau sekitar 50% dari seluruh pelanggan yang datang ke optik Dian, Lampung Selatan hal ini dilakukan untuk mengelolah data dan untuk hasil tes yang lebih baik. Sampel diambil berdasarkan teknik sampling probabilitas; simple random sampling dimana peneliti memberikan kesempatan yang sama bagi semua anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel acak tanpa memperhatikan setara yang ada dalam populasi itu sendiri.

Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik isidentil, sebagai dikemukakan oleh Sugiyono (2011:85), bahwa sampling isidentil adalah menelusuri sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa hanya mereka yang kebetulan bertemu dengan peneliti saat itu dapat digunakan sebagai sampel ketika melihat orang acak dianggap cocok sebagai sumber data.

D. Sumber Data

Sumber data penelitian adalah kumpulan informasi dari suatu pengamatan, yang dapat berupa simbol, angka, atau ciri-ciri. Menurut Arikunto (2010), sumber data penelitian ini adalah subjek dari mana data tersebut dapat diperoleh. Sumber data penelitian ini berasal dari sumber internal dan eksternal perusahaan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu. Hasil Data dikumpulkan langsung

dari responden di lokasi penelitian. Data dikumpulkan melalui wawancara terhadap responden yang memuat pertanyaan mengenai variabel penelitian.

E. Teknik Pengambilan Sampel

1. Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan pertama kali oleh peneliti untuk tujuan penelitian ini. Dalam konteks ini, data tersebut diperoleh langsung dari pelanggan yang pernah mengunjungi Optik Dian. Data berasal dari pelanggan yang telah berinteraksi dengan layanan yang disediakan oleh Optik Dian. Ini memberikan informasi yang spesifik terkait dengan konteks bisnis Optik Dian.

Metode pengumpulan data melibatkan distribusi angket kepada pelanggan. Hal ini mencakup pertanyaan-pertanyaan yang dirancang untuk menggali informasi tentang kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

2. Pengumpulan Data

Metode ini melibatkan penggunaan angket sebagai instrumen untuk mengumpulkan data. Responden akan diminta untuk mengisi angket dengan jawaban terkait dengan variabel penelitian, yaitu kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Sampel penelitian ini mencakup 100 orang yang pernah mengunjungi Optik Dian di Lampung. Ini dapat memberikan representasi dari pengalaman pelanggan di tempat

tersebut. Penyebaran langsung angket memungkinkan peneliti untuk berinteraksi secara langsung dengan responden

F. Analisis Data

1. Uji Validitas

Sejalan dengan penjelasan dari Sugiyono (2018) dan referensi lain yang disebutkan, validitas suatu instrumen mengacu pada sejauh mana instrumen tersebut dapat diandalkan untuk mengukur konsep atau variabel yang dimaksud. Proses pengukuran validitas ini penting untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan benar-benar mencerminkan apa yang seharusnya diukur.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas, seperti yang disebutkan oleh Silalahi (2012), dapat memberikan gambaran sejauh mana hasil pengukuran dari instrumen atau alat ukur tersebut dapat diandalkan. Penguji statistik Cronbach Alpha adalah alat yang umum digunakan untuk mengukur reliabilitas internal suatu instrumen atau alat ukur, terutama dalam konteks kuesioner atau angket. Ketentuan bahwa nilai Cronbach Alpha di atas 0,6 adalah nilai yang dianggap reliabel. Ini berarti semakin tinggi nilai Alpha, semakin dapat diandalkan instrumen tersebut. Penting untuk melihat nilai Cronbach Alpha saat melaksanakan uji reliabilitas.

Jika nilai Alpha kurang dari 0,6, mungkin perlu dilakukan revisi atau peninjauan kembali terhadap instrumen tersebut untuk meningkatkan konsistensi dan keandalan hasil pengukuran. Selain itu,

selalu perhatikan konteks penelitian dan karakteristik instrumen. Beberapa penelitian mungkin memerlukan tingkat reliabilitas yang lebih tinggi tergantung pada tujuan penelitian dan jenis instrumen yang digunakan.

Dengan memastikan instrumen yang digunakan memiliki tingkat reliabilitas yang memadai, penelitian dapat meningkatkan kepercayaan terhadap hasil yang diperoleh dan kehandalan pengukuran variabel yang diukur.

3. Teknis Analisis

Metode analisis data yang digunakan peneliti adalah pendekatan analisis regresi linier berganda, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel bebas dan variabel terkait sehingga dapat diperoleh penjelasan mengenai variasi variabel yang dapat menguatkan hipotesis penelitian. riset. Persamaan regresi dalam model penelitian ini adalah:

$$\text{Rumus} = a + bX_1 + bX_2 + e$$

Informasi:

Y= variabel terikat (kepuasan pelanggan)

a = konstan

b = koefisien regresi

X1= variabel independen (kualitas pelanggan)

X2= variabel bebas (kualitas pelayanan).

G. Definisi Operasional

Tabel 3. 1
Definisi Operasional

No	Variabel	Keterangan	Indikator
1	Kualitas Pelayanan	Seherapa jauh Indikator perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh	a. Tangibles (bukti langsung). b. Reliability (kehandalan). c. Responsiveness (daya tanggap). d. Assurance (jaminan dan kepastian). e. Empathy (empati)
2	Kepuasan Pelanggan	Kepuasan Pelanggan adalah respon dari Pelanggan (pasien dan keluarga yang menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan telah memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan harapan.	a. Terjalin hubungan yang baik dengan pelanggan. b. Memberikan rekomendasi kepada saudara atau teman ataupun pihak lain untuk datang kembali. c. Menjadikan tempat rujukan pertama untuk periksa. d. Akan kembali lagi ke optik kerna puas akan pelayanan nya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Optik

1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan

Optik Dian, yang didirikan pada tahun 1990 di Lampung, telah menjadi salah satu penyedia layanan di bidang kacamata. Sejak awal pendiriannya, fokus utama perusahaan ini adalah memberikan pelayanan berkualitas dan terjamin untuk kesehatan mata pelanggan. Optik Dian memiliki misi yang jelas, yaitu membantu pelanggan agar dapat menjalani kegiatan sehari-hari dengan nyaman melalui proses pembuatan kacamata yang dilakukan dengan teliti dan berkualitas.

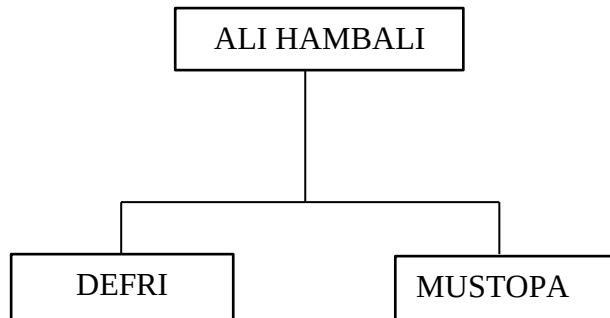
Optik Dian berkomitmen untuk memberikan layanan yang tidak hanya memenuhi kebutuhan penglihatan pelanggan, tetapi juga memberikan produk kacamata yang siap digunakan dengan kualitas terbaik

2. Visi dan Misi

a. Menjadi tempat pelayanan, penyediaan penjualan kacamata, lensa kontak dan aksesoris yg bisa memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan

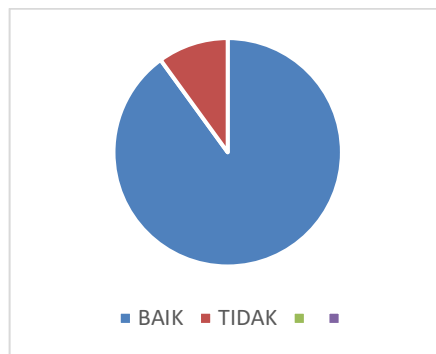
b. Melayani konsumen dengan sepenuh hati

3. Struktur Organisasi



B. Hasil Penelitian

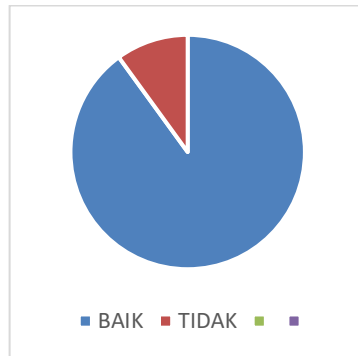
1. Data Kepuasan Dian optikal



Umur	Jumlah Konsumen	Persentase
20-29	18	45%
30-39	5	12,5%
40-49	9	22,5%
50>	8	20%

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukan bahwa jumlah konsumen yang datang ke DIAN OPTIK bulan juli 2023 yaitu sebesar 45% untuk konsumen berumur 20-29 tahun, lalu diumur 40-49 tahun sebesar 22,5% ,diikuti umur 50> tahun 20% dan yang terakhir umur 30-39 tahun sebesar 12,5 %.

2. Analisis data



Menunjukkan bahwa jumlah pelanggan Optik Dian yang datang 90%. menyatakan kepuasan terhadap Optik Dian dan 10% menyatakan tidak baik dalam hal pelayanan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang dianalisis, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh Optik Dian menunjukkan hasil yang sangat baik.

1. Aspek-aspek kualitas pelayanan, seperti kejujuran dan keseimbangan antara harga dan kualitas, dinilai positif oleh pelanggan.
2. Optik Dian telah berhasil memberikan layanan yang memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan.
3. Gambaran positif tentang upaya Optik Dian dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dan sesuai dengan harapan pelanggan.

B. Saran

1. Memperhatikan dan Mempertahankan Standar Kualitas:

Optik Dian sebaiknya terus mempertahankan fokus pada pelayanan yang baik dan jujur, karena hal ini terbukti menjadi nilai positif dalam penelitian. Perhatikan standar kualitas yang telah diterapkan dan pastikan bahwa hal ini tetap menjadi prioritas dalam setiap aspek operasional.

2. Monitoring dan Evaluasi Terus Menerus:

Optik Dian disarankan untuk terus memantau dan mengevaluasi hubungan dengan pelanggan baru. Dengan pemantauan yang cermat, perusahaan dapat memahami preferensi pelanggan dan mengidentifikasi pelanggan yang berisiko beralih ke optik lain.

Ini memungkinkan Optik Dian untuk mengambil tindakan pencegahan atau peningkatan yang diperlukan.

DAFTAR PUSTAKA

Ai Dadah,2018. Pengaruh Promosi Dan Atmosphere Terhadap Keputusan Pembeli.

Ari Frasetyo,Management Analisis Journal 1(1),2012)

Aria Dan Atik,2018 Hal.16 Kualitas Pelayanan

Fandy Tjiptono,2015,Hlm :125 I

ndeks Kepuasan Kualitas

Tjiptono Dan Chandra,2016,Hal :141 Prinsip Kualitas Pelayanan

Tjiptono,2015 Hlm :178 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Fitzsimmons Dalam Zaenal Mukarom Dan Muhibudin,2015,Hlm :108 'Indikator Kepuasan Pelanggan

[https://www.academia.edu/40147399/Pengaruh-Kualitas -Pelayanan- Terhadap Kepuasan- Pelanggan](https://www.academia.edu/40147399/Pengaruh-Kualitas-Pelayanan-Terhadap-Kepuasan-Pelanggan)

[https://www.academia.edu/71058790/ Pengaruh-Pelayanan- Dan Kualitas- Produk.Terhadap. Loyalitas-Pelanggan](https://www.academia.edu/71058790/Pengaruh-Pelayanan-Dan-Kualitas-Produk-Terhadap-Loyalitas-Pelanggan)

[https://www.linovhr.com/kepuasan Pelanggan/amp/](https://www.linovhr.com/kepuasan-pelanggan/amp/)

[https://www.academia.edu/40147399/Pengaruh-Kualitas -Pelayanan- Terhadap Kepuasan- Pelanggan](https://www.academia.edu/40147399/Pengaruh-Kualitas-Pelayanan-Terhadap-Kepuasan-Pelanggan)

[https://www.academia.edu/86639054/ Pengaruh-Pelayanan- Dan Kualitas- Produk. Terhadap. Loyalitas-Pelanggan](https://www.academia.edu/86639054/Pengaruh-Pelayanan-Dan-Kualitas-Produk-Terhadap-Loyalitas-Pelanggan)

[https://www.academia.edu/71058790/ Pengaruh-Pelayanan- Dan Kualitas- Produk. Terhadap. Loyalitas-Pelanggan](https://www.academia.edu/71058790/Pengaruh-Pelayanan-Dan-Kualitas-Produk-Terhadap-Loyalitas-Pelanggan)

Jurnal Wayan Widya Suryadharma Dan Ketut Nurcahya (2015)

Kasmir,2017,Hlm,47,Kualitas Pelayanan

Muiz Ranchman Dan Slamet 2019,Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Puspitasari & Ferdinand,2018,Kualitas Produk

Panjaitan & Yuliyati,2016, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Sugiyono.2010.Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif,Kualitatif,&Rnd.Bandung:Alfabeta

Sugiyono(2011 :85-87) [https://Widisudharta.Weebly.Com/Metode-Penelitian Skripsi.Html](https://Widisudharta.Weebly.Com/Metode-Penelitian-Skripsi.Html) Widisuharta

Thamrin 2003 Mengutip Dari Kotler Dan Armstrong Kualitas Produk

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

No	Pertanyaan	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju
1.	Optik Dian selalu memberikan pelayanan yang jujur dan memuaskan			
2.	Optik Dian menyediakan barang-barang original dengan kualitas terbaik			
3.	Apakah harga yang ditawarkan di Optik Dian sebanding manfaat yang dirasakan oleh pelanggan			
4.	Harga yang dijual terjangkau dan sebanding dengan kualitas pelayanan			
5.	Seberapa senang pelanggan yang disediakan di Optik Dian			

Lampiran 2 Turnitin

pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

ORIGINALITY REPORT

30%
SIMILARITY INDEX

29%
INTERNET SOURCES

14%
PUBLICATIONS

16%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.unpas.ac.id Internet Source	2%
2	www.jurnal.minartis.com Internet Source	1%
3	www.linovhr.com Internet Source	1%
4	lib.ui.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to Universitas Indonesia Student Paper	1%
6	repository.uinjambi.ac.id Internet Source	1%
7	www.scribd.com Internet Source	1%
8	adoc.pub Internet Source	1%
9	media.neliti.com Internet Source	1%

Lampiran 3 Dokumentasi



Lampiran 4 Lembar Bimbingan Materi

Lampiran 10. Form bimbingan dosen pembimbing materi



AKADEMI REFRAKSI OPTISI LEPRINDO
 TERAKREDITASI "B" LAM-PTKes (0758/LAM-PTKes/AkriDip/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

FORMULIR BIMBINGAN KTI

Nama Mahasiswa :

NIM :

Judul KTI :

No	Tanggal	Uraian	Tanda Tangan	
			Terbimbing	Pembimbing
				
				
				

Lembar 5 Lembar Pembimbing Teknis

Lampiran 11. Form bimbingan dosen pembimbing teknis



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

FORMULIR BIMIBINGAN KTI

Nama Mahasiswa :

NIM :

Judul KTI :

No	Tanggal	Uraian	Tanda Tangan	
			Terbimbing	Pembimbing
				
				
				
				
				

Lampiran 6 Surat Penelitian

 **AKADEMI REFRAKSI OPTISI LEPRINDO**
TERAKREDITASI "B" LAM-PTKes (0758/LAM-PTKes/Akr/Dip/XXI/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

Nomor : 386/SPm/Leprindo/X/2023
Perihal : Surat Izin Penelitian

Jakarta, 12 November 2023

Kepada Yth.
Pemimpin Optik Dian
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:

Nama : Thorik Kaneko Putro
NIM : 20090
Program Studi : Optometri

Untuk mendapatkan dukungan produk dari instansi yang Bapak/Ibu pimpin, guna penyusunan Tugas Akhir mahasiswa tersebut di atas dengan judul **"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI OPTIK DIAN LAMPUNG"**

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 kerja samanya kami ucapkan terima kasih.

Direktur
ARO Leprindo Jakarta,


Dian Lestari, S.Pd, ARO, S.Pd M.Kes
NIDN. 019176507

Tembusan:
1. Arsip