

GAMBARAN PEMILIHAN KACAMATA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI OPTIK ARIES RANGKASBITUNG TAHUN 2023

Rizky Dwi Pradipta ¹, Dian Leila Sari ², Ruhul Fajri Fikrudin ³

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

E-mail: rizkydwipradipta.rd@gmail.com¹

Abstract

Optik always strives to improve the quality of eyewear products and continuously update facilities with the aim of attracting customers and winning the competition. And Optik can evaluate the quality of eyewear products chosen by consumers and make necessary improvements so that ultimately they can increase customer satisfaction.

The purpose of this research is to determine the level of customer satisfaction at Optik Aries Rangkasbitung. And identifying whether the choice of glasses affects customer satisfaction at Optik Aries Rangkasbitung.

The research method used in this research is a quantitative method. The population in this study was all 150 customers who purchased glasses at Optik Aris Rangkasbitung and the sample in this study was 60 customers who visited Optik Aries Rangkasbitung.

The results of this research show that the majority of respondents think that the quality of the eyewear products offered by Optik Aries Rangkasbitung has product quality in the good or quality category. Apart from that, respondents felt satisfied using the eyewear products sold at Optik Aries Rangkasbitung because they had proven the quality of these products for themselves. Thus, customer satisfaction has a positive and significant effect on repurchase interest.

Keywords: Patient Satisfaction

Article history: (dilengkapi oleh admin)

Submitted
Accepted
Published

PUBLISHED BY:

Jurnal Optometri

Address:

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

Barcode Keaslian

(dilengkapi oleh admin)

Email: lppm@aroleprindo.ac.id

Abstrak

Optik selalu berupaya untuk meningkatkan kualitas pemilihan kacamata dan pembaharuan secara terus menerus dengan tujuan untuk menarik pelanggan dan memenangkan persaingan. Serta Optik dapat mengevaluasi kualitas produk kacamata yang dipilih konsumen dapat memperbaiki yang diperlukan sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan Di Optik Aries Rangkasbitung. Dan Mengidentifikasi apakah pemilihan kacamata berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Optik Aries Rangkasbitung.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang melakukan pembelian kacamata di Optik Aris Rangkasbitung sebanyak 150 orang dan sampel dalam penelitian ini yaitu 60 pelanggan yang berkunjung ke Optik Aries Rangkasbitung.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berpendapat kualitas produk kacamata yang ditawarkan oleh Optik Aries Rangkasbitung telah memiliki kualitas produk dalam kategori baik atau berkualitas. Selain itu, responden merasa puas menggunakan produk kacamata yang dijual di Optik Aries Rangkasbitung karena kualitas produk ini telah mereka buktikan sendiri. Dengan demikian, kepuasan pelanggan ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata kunci: Kepuasan Pasien

*Penulis Korespondensi:

Nama, email: **Rizky Dwi Pradipta**, rizkydwipradipta.rd@gmail.com



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

PENDAHULUAN

Perkembang zaman semakin canggih dan era digital yang semakin berkembang banyak kalangan anak-anak hingga orang tua menggunakan smartphone tanpa mengenal batasan waktu, dimana pun dan kapan pun menggunakan smartphone. Hampir semua anak menghabiskan banyak waktunya di depan gadget, iPad, dan TV setiap hari, Jika mereka punya waktu luang, mereka bermain video game sepanjang hari. Namun perlu Anda ketahui bahwa layar laptop, ponsel, iPad, dan gadget lainnya memiliki medan kekuatan yang sangat berpengaruh terhadap Kesehatan mata.

Perkembangan teknologi dan gaya hidup masyarakat saat ini berpengaruh terhadap kebutuhan kacamata. Menurut laporan WHO (2019), secara global, sekitar 2,2 miliar orang memiliki gangguan penglihatan. Setidaknya 1 miliar orang dapat dicegah dan masih belum bisa ditangani. Prevalensi di Amerika sekitar 20-50% dan di negara Asia sekitar 85-90%. (Gaus & et al, 2021)

Dalam kasus tersebut banyak orang yang mengalami gangguan penglihatan, maka dari itu perlu dilakukan pemeriksaan mata di optik terdekat agar membantu keluhan yang di alami oleh penderita gangguan penglihatan. Konsumen optik saat memilih kacamata, umumnya akan memulainya dari model kemudian beralih ke bahan frame kacamata yang bagus. Pola memilih kacamata ini lazim dijumpai pada kacamata fashion. Pada kacamata minus

atau plus, pola pengambilan keputusan yang serupa juga berlaku. untuk menemukan jenis frameacamata yang memenuhi aspek fungsionalitas, estetika dan kualitas.

Hal itu menjadi peluang bagi para pengusaha Optik, mereka terus berupaya memberikan produk-produk inovasi terbaik dan terbaru, selain itu para pengusaha juga harus di tuntun guna menarik hati para pembeliacamata agar bisa menjadi pelanggan tetap di optik yang dimilikinya

Dalam menghadapi persaingan optik harus mampu menawarkan produk yang inovatif dari segi harga dan kualitasacamata demi menarik pelanggan dan memenangkan persaingan.

Optik juga perlu mengetahui tingkat kualitas produk yang sudah dipilih untuk di jual ke konsumen. Dengan menganalisis persepsi kepuasan pelanggan terhadap pemilihanacamata yang sudah di jalankan, Optik dapat mengevaluasi kualitas produkacamata yang dipilih konsumen dapat memperbaiki yang diperlukan sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Frame atau bingkaiacamata sangat beragam baik dalam segi model, bahan, warna, dan bentuknya. Pemilihan frame bagi penggunaacamata sesuai bentuk wajah. Berdasarkan penjelasan pada latar belakang diatas maka pada penelitian ini, penulis ingin mengangkat dan membahas tentang bagaimana faktor yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan tingkat pemilihan bingkaiacamata untuk dipakai aktifitas sehari hari

Kenyamanan memakaiacamata secara logika erat kaitannya dengan kepuasan pemakainya. Jika dilihat dari sudut pandang bisnis, maka dapat dikatakan bahwa kenyamanan pelanggan (customer) dalam menggunakan produkacamata tentunya erat kaitannya dengan kepuasan mereka saat berbelanja di Optik (toko optik). Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti pemilihan frameacamata yang tepat untuk menjamin kepuasan pelanggan dan pada akhirnya meningkatkan penjualan.

Melihat permasalahan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “GAMBARAN PEMILIHAN KACAMATA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI OPTIK ARIES RANGKASBITUNG TAHUN 2023.”

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Merupakan metode penelitian yang berlandaskan filosofi positivisme, digunakan untuk mencari orang atau sampel tertentu, yang umumnya diambil secara acak. Data dikumpulkan dengan menggunakan alat penelitian kemudian dianalisis dengan tujuan untuk menguji kestabilan hipotesis. (Sugiyono 2009:14).Tempat dilakukan penelitian ini adalah di Optik Aries Rangkasbitung dan penelitian dilakukan dari bulan Maret sampai Mei 2023. Populasi dan sampel pada penelitian populasi dan Sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel subjek yaitu pelanggan yang melakukan pembelianacamata di Optik Aries Rangkasbitung selama bulan maret sampai Mei 2023, Sumber data yang digunakan peneliti adalah sumber data primer. Dimana data ini diambil secara langsung dari pelanggan di Optik Aries Rangkasbitung dengan metode kuesioner.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling, teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama kepada setiap anggota populasi terpilih sebagai sampel menurut Sugiyono (2018). Teknik sampling pada penelitian ini yaitu 196 pelanggan yang melakukan pembelian kacamata di Optik Aries Rangkasbitung. Pengambilan data akan dilakukan waktu di bukanya toko sampai tutupnya toko

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil tabel 4.1 di bawah menunjukkan bahwa sebagian besar responden di Optik Aries Rangkasbitung berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 116 responden dengan persentase (59%) dan jenis kelamin laki laki yaitu sebanyak 80 responden dengan persentase (41%).

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Di Optik Aries Rangkasbitung

NO	JENIS KELAMIN	JUMLAH	PRESENTASE
1	LAKI LAKI	80	41%
2	PEREMPUAN	116	59%
	TOTAL	196	100%

Berdasarkan tabel 4.2 di bawah, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden di Optik Aries Rangkasbitung berusia 41-60 tahun yaitu sebanyak 105 responden dengan presentase (54%).

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Di Optik Aries Rangkasbitung

NO	UMUR	JUMLAH	PRESENTASE
1	18-30	64	33%
2	31-40	27	13%
3	41-60	105	54%
	TOTAL	196	100%

Berdasarkan tabel 4.3 di bawah, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden di Optik Aries Rangkasbitung memiliki pekerjaan sebagai ibu rumah tangga yaitu sebanyak 40 responden dengan persentase (79%).

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan
Di Optik Aries Rangkasbitung

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	PNS	22	11%
2	Wira Swasta	76	39%
3	Ibu Rumah Tangga	79	40%
4	Pelajar	19	10%
	Total	196	100%

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.4 di bawah, bahwasannya hasil pengisian kuesioner yang telah diisi oleh 196 responden yang berkunjung ke Optik Aries Rangkasbitung, pada pernyataan tingkat pemilihan kacamata dengan persentase tertinggi yaitu pernyataan tentang Optik aries menjual kacamata sesuai dengan standart dan kualitas yang ditawarkan, sebanyak 184 responden dengan presentase (94%) menyatakan Ya dan 12 responden dengan presentase (6%) menyatakan Tidak

Tabel 4.4
Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Hal Pemilihan Kacamata
Di Optik Aries Rangkasbitung.

PERTANYAAN	Ya		Tidak	
	F	%	F	%
P1	181	92%	15	8%
P2	184	94%	12	6%
P3	183	93%	7	4%
P4	173	88%	23	12%
TOTAL	196	100%	196	100%

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.5 di bawah, bahwasannya hasil pengisian kuesioner yang telah diisi oleh 196 responden yang berkunjung ke Optik Aries Rangkasbitung, pada pertanyaan kepuasan pelanggan dengan persentase tertinggi yaitu pertanyaan tentang Optik aries memenuhi ekspektasi saya terhadap pelayanan dalam memilih produk kacamata, sebanyak 190 responden dengan presentase (97%) yang menyatakan Ya dan 6 responden menyatakan Tidak dengan presentase (3%)

Tabel 4.5
Tingkat Kepuasan Pelanggan Di Optik Aries Rangkasbitung.

PERTANYAAN	Ya		Tidak	
	F	%	F	%
P1	182	93%	14	7%
P2	187	95%	9	5%
P3	179	91%	17	9%
P4	190	97%	6	3%
TOTAL	196	100%	196	100%

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis mengenai Gambaran Pemilihan Kacamata Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Optik Aries Rangkasbitung Tahun 2023, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa :

1. Pemilihan kacamata Sebagian besar dengan pernyataan tentang Optik aries menjual kacamata sesuai dengan standart dan kualitas yang ditawarkan, sebanyak 184 responden dengan presentase (94%) yang menyatakan Ya
2. Kepuasan pelanggan Sebagian besar dengan pernyataan tentang Optik aries memenuhi ekspektasi saya terhadap pelayanan dalam memilih produk kacamata, sebanyak 190 responden dengan presentase (97%) yang menyatakan Ya

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada ptik Aries Rangkasbitung atas bantuannya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21-30.
- [2] Anindya Dwiana Putri, Sri Rahayu Tri Astuti (2017). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (studi pada blends pasta & chocolate cabang unika semarang). Retrived from <https://ejournal3.undip.ac.id>
- [3] Chin, J. T., Efendi, Z., & Doringin, F (2020). Pemilihan Bingkai Kacamata Yang Tepat Untuk Konsumen Dalam Meningkatkan Pelayanan Prima Di Opyik Mahakam. Retrieved from [http https://arogapopin.ac.id/](http://https://arogapopin.ac.id/)
- [4] Carlton Jenean. (2000). *Frames and Lenses*. SLACK. Retrieved from <http://books.google.co.id/>
- [5] Brooks, C. W., & Borish, I. M. (2007). *System for Ophthalmic Dispensing*. In B. Heinemann (Ed.), *System for Ophthalmic Dispensing* (3rd ed.). Retrieved from <https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-7480-5.X5001-1>
- [6] Docia L Demmin, Steven M Silverstein. (2020). Visual Impairment and Mental Health: Unmet Needs and Treatment Options,14: 4229–4251
- [7] A Stein Harold, M. S. R. and I. F. M. (2012). *Ophthalmic Dictionary And Vocabulary Builder For Eye Care Professionals*. Jaypee Brothers Medical Publishers.
- [8] Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*,. In P. D. Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (p. 13). Bandung: ALFABETA.
- [9] Sugiyono.(2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- [10] Notoatmodjo, Soekidjo (2005) *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta