

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

Karya Tulis Ilmiah

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



Oleh:

Rizky Dwi Pradipta
20009

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

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan tugas akhir ini telah diujikan pada sidang Hasil Laporan Tugas Akhir Pendidikan Tinggi Diploma III Refraksi Optisi (Optometri) Akademi Refraksi Optisi Leprindo

Nama : Rizky Dwi Pradipta

NIM : 20009

Judul : Gambaran Pemilihan Kacamata Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Optik Aries Rangkasbitung Tahun 2023

Jakarta, 04 Oktober 2023

Disetujui,

Pembimbing Materi,

Pembimbing Teknis,

Dian Leila Sari, A.Md.RO., S.Pd., M.Kes
NIDN: 319126402

Ruhul Fajri Fikrudin, S.Kom
NIP:020302961045

Disahkan,

Direktur

Dian Leila Sari, A.Md.RO., S.Pd., M.Kes
NIDN: 319126402

HALAMAN PENGESAHAN

Karya tulis ini telah diujikan pada sidang akhir Pendidikan Tinggi Diploma III Optometri, Akademi Refraksi Optisi Leprindo Jakarta pada tanggal Juli 2023 dan telah di perbaiki sesuai dengan masukan tim penguji.

Tim Penguji

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

Penguji II : Mohammad Husein, A.Md.RO.,SKM.,MKM (_____)

Penguji III : Dr. Rosmerry Simanjuntak, A.Md.RO.,M.Biomed (_____)

HALAMAN PENGESAHAN

Karya tulis ini telah diujikan pada sidang akhir Pendidikan Tinggi Diploma III Optometri, Akademi Refraksi Optisi Leprindo Jakarta dan telah di perbaiki sesuai dengan masukan tim penguji.

Jakarta, 04 Oktober 2023

Disetujui,

Pembimbing Materi,

Pembimbing Teknis,

Dian Leila Sari, A.Md.RO., S.Pd., M.Kes
NIDN: 319126402

Ruhul Fajri Fikrudin, S.Kom
NIP:020302961045

Disahkan,

Direktur

Dian Leila Sari, A.Md.RO., S.Pd., M.Kes
NIDN: 319126402

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Rizky Dwi Pradipta

Tempat tanggal lahir : Rangkasbitung, 24 Juni 2001

Alamat rumah : Jln. Kuncoro Jakti lebak banten

Agama : Islam

Riwayat Pendidikan :

1. Lulus SD ISLAM ALHUSNA RANGKASBITUNG 1, Tahun 2011
2. Lulus SMP NEGRI 2 RANGKASBITUNG, Tahun 2014
3. Lulus SMK NEGRI 1 RANGKASBITUNG, Tahun 2020
4. Tercatat sebagai mahasiswa ARO LEPRINDO Program Studi DIII Refraksi Optisi (Optometri)



Jakarta, 04 Oktober 2023

Rizky Dwi Pradipta

KATA PENGANTAR

Puji & syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya tulis ilmiah ini dengan baik, yang merupakan salah satu syarat guna untuk menyelesaikan pendidikan Diploma III Optometri Akademi Refraksi Optisi Leprindo Jakarta dengan judul **“Gambaran Pemilihan Kacamata Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Optik Aries Rangkasbitung Tahun 2023.”**

Dalam penyusunan Karya tulis ilmiah ini tentunya penulis tidak terlepas dari bantuan & bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Dian Leila Sari, A.Md.RO., SPd., M.Kes selaku Direktur Akademi Refraksi Optisi LEPRINDO Jakarta yang telah membantu dan memberikan izin dalam penelitian ini,
2. Ibu Dian Leila Sari, A.Md.RO., SPd., M.Kes selaku pembimbing materi yang telah membimbing, memberikan banyak saran mengarahkan penulisan karya tulis ini
3. Ruhul Fajri Fikrudin, S.Kom selaku pembimbing teknis yang telah memberikan masukan dan bimbingan dalam penyusunan karya ilmiah ini.
4. Semua responden penelitian ini yang telah bersedia membantu dalam penulisan karya tulisan ini.

Penulis menyadari dalam penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan baik dari segi penulisan maupun penyajian data. Maka dari itu, penulis mengharapkan dari pembaca kritik dan saran untuk penulisan Karya tulis ilmiah selanjutnya. Akhir kata penulis mengharapkan semoga dari Karya tulis ilmiah ini dapat diambil hikmah dan manfaatnya, sehingga dapat memberikan inspirasi terhadap pembacanya.

Jakarta, 04 Oktober 2023

Rizky Dwi Pradipta

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

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

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Pembatasan Masalah	3
D. Tujuan Penelitian	3
1. Tujuan Umum	3
2. Tujuan Khusus	3
E. Manfaat Penelitian	4
1. Aspek Teoritis	4
2. Aspek Praktis	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Landasan Teori.....	5
1. Kacamata.....	5
2. Lensa Kacamata	8
3. Kepuasan Pelanggan	10
4. Pelanggan	11
B. Kerangka Teori.....	13
C. Konsep Teori.....	13
BAB III METODE PENELITIAN.....	14
A. Jenis Penelitian.....	14

B. Lokasi dan Waktu Penelitian	14
1. Lokasi Penelitian.....	14
2. Waktu Penelitian	14
C. Populasi dan Sampel	14
1. Populasi.....	14
2. Sampel.....	15
D. Sumber Data.....	16
E. Teknik Pengambilan Sampel.....	16
F. Analisis Data	17
G. Definisi Operasional.....	18
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	19
A. Hasil Penelitian	19
1. Sejarah dan perkembangan Perusahaan	19
2. Visi dan Misi.....	19
3. Struktur Organisasi	20
B. Pembahasan.....	20
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	20
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	21
3. Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan.....	21
4. Variabel Penelitian	23
BAB V PENUTUP.....	24
A. Kesimpulan	24
B. Saran.....	24
DAFTAR PUSTAKA	25
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional	18
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	20
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	21
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	21
Tabel 4.4 Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Hal Pemilihan Kacamata	22
Tabel 4.5 Tingkat Kepuasan Pelanggan Di Optik Aries Rangkasbitung	23

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bingkai penuh (<i>full Frame</i>).....	7
Gambar 2.2 Bingkai setengah (<i>semi-rimless</i>)	7
Gambar 2.3 Tanpa bingkai (<i>rimless</i>).....	8
Gambar 2.4 Kerangka Teori.....	13
Gambar 2.5 Kerangka Konsep	13

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

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 tuntut 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 *frame*acamata 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.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

Gambaran pemilihanacamata terhadap kepuasan pelanggan di Optik Aries Rangkasbitung?

C. Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah yang disebutkan diatas tidak semuanya akan di bahas dalam penelitian ini antara lain:

Tentang gambaran pemilihanacamata terhadap kepuasan pelanggan di Optik Aries Rangkasbitung.

D. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan Di Optik Aries Rangkasbitung.

2. Tujuan Khusus

- a. Mengidentifikasi apakah pemilihanacamata berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Optik Aries Rangkasbitung.

E. Manfaat Penelitian

Adapun dalam penyusunan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik teoritis maupun praktis sebagai berikut :

1. Aspek Teoritis

a. Bagi Peneliti

Guna untuk menambah pengetahuan dan wawasan peneliti dalam upaya mengembangkan dan menerapkan pengetahuan ilmu Optometri di Akademi Refraksi Optisi Leprindo Jakarta.

b. Bagi Pembaca

Diharapkan bermanfaat bagi pembaca untuk mempelajari pemilihan kacamata yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Optik Aries Rangkasbitung.

2. Aspek praktis

a. Bagi Ilmu Pengetahuan

Sebagai bentuk ilmu pengetahuan khususnya Manajemen Optik dalam mempelajari tentang gambaran pemilihan kacamata terhadap kepuasan pelanggan di Optik Aries Rangkasbitung.

b. Bagi Perusahaan

Sebagai ilmu pengetahuan di bidang manajemen optik dalam mempelajari gambaran pemilihan kacamata terhadap keputusan pembelian di Optik Aries Rangkasbitung. Agar meningkatkan penjualan yang ada di kota Rangkasbitung

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kacamata

Kacamata adalah suatu bingkai yang menampung dua buah lensa kaca atau plastik yang dapat dikenakan untuk memperbaiki gangguan penglihatan seperti silinder (*astigmatisme*), rabun jauh, dan rabun dekat.

Kacamata yang didefinisikan dalam standar Inggris sebagai alat optik yang terdiri dari lensa dan bingkai, dengan sisi-sisi memanjang ke arah telinga. (A Stein Harold, 2013).

David A. memberikan penjelasan yang sama. Lee dan Eva J. Higginbotham dalam *Clinical Guide To Comprehensive Ophtamology*: “Kacamata tersebut terdiri dari sebuah lensa, bingkai depan, dan dua *temple* yang memanjang di sepanjang telinga pasien.” (Lee dan Hawa, 1999).

Frame yaitu bagian kacamata yang berfungsi untuk menopang lensa. Material frame yang biasa digunakan ada dua jenis yaitu frame plastik dan frame metal. Faktor-faktor dalam Memilih Frame Kacamata disesuaikan dengan bentuk wajah seperti berbentuk bulat, oval, persegi, berlian, atau hati (Care, 2023)

Dalam penjelasan di atas disimpulkan bahwa kacamata itu terdiri dari bingkai dan lensa dengan sisi yang memanjang ke arah telinga yang digunakan untuk memperbaiki gangguan penglihatan seperti myopia, astigmat, hypermetropia, dan rabun dekat. Dan kacamata tidak hanya untuk memperbaiki gangguan penglihatan bisa digunakan untuk kebutuhan fashion seseorang.

Pemilihan frame yang sesuai dengan warna kulit dan sama seperti bentuk wajah penggunaannya akan membantu menentukan frame yang paling sesuai untuk digunakan oleh konsumen. Frame Kacamata juga memiliki berbagai bentuk frame yaitu *Rectangle, Square, Oval, Aviator, Round, Geometric, Cat-Eye, Oversizeo dan Brownline*.

Kacamata pada dasarnya memiliki bagian-bagian yaitu lensa, frame, *end piece* (engsel untuk menekuk kacamata) dan *nose pad* (bagian yang berfungsi dalam menahan kacamata pada hidung).

a. Bentuk bentuk kacamata

1) Bingkai penuh (*full Frame*)

Bingkai kacamata ini memiliki pembatas di sekeliling tepi lensa. Perbatasan dikenal sebagai *rim*. *Rim* dapat melindungi lensa agar tidak mudah pecah jika terjatuh, dan dapat terbuat dari logam atau plastik.



Gambar 2.1 Bingkai penuh (*full Frame*)
Sumber : <https://id.my-best.com/136593>

2) Bingkai setengah (*semi-rimless*)

Bingkai kacamata ini hanya menutupi separuh rim (hanya bagian atas) sehingga lensanya tampak menggantikan rim nya. Biasanya menggunakan tali nilon untuk menahan bagian bawah.



Gambar 2.2 Bingkai setengah (*semi-rimless*)
Sumber : <https://thekacamatastore.com/product/ray-ban>

3) Tanpa bingkai (*Rimless*)

Bingkaiacamata ini tidak memiliki *rim* untuk menahan lensa pada tempatnya, lensa ditahan pada tempatnya dengan sekrup yang dipasang. Jenis lensa yang digunakan hanya plastik indeks bias tinggi karena mudah pecah jika terjatuh.



Gambar 2.3 tanpa bingkai (*rimless*)
Sumber : <https://bp-guide.id/AXL9HzWP>

2. Lensaacamata

Lensa adalah media transparan yang dibatasi oleh dua bidang lengkung dan bidang datar, dipoles dan dirancang untuk mengubah arah cahaya yang masuk.

a. Jenis- jenis Lensa Kacamata

Lensaacamata memiliki berbagai jenis lensa yang disesuaikan dengan kebutuhan mata manusia. Penting bagi klien untuk memilih jenis lensa yang tepat agar mereka merasa nyaman menggunakannya. Setidaknya ada empat jenis lensaacamata berdasarkan fungsinya, yaitu:

1) Lensa Tunggal (*Single Visions Lens*)

Lensa mempunyai satu ukuran dan fokus. Lensa ini di khususkan untuk penderita gangguan penglihatan seperti rabun jauh (*myopia*), rabun jauh (*hypermetropia*) dan sillinder (*astigmatisme*). Lensaacamata jenis ini disebut lensa penglihatan tunggal tergantung fungsinya, karena hanya berguna untuk mengoreksi satu ukuran.

2) Lensa Bifokal

Lensa bifokal mempunyai dua titik fokus dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan mata orang tua (*presbiopia*) sedangkan lensa tunggal hanya mempunyai satu titik fokus. Lensa bifokal memungkinkan Anda melihat jauh dan dekat secara bersamaan dengan satu lensa. Titik fokus terletak di bagian bawah lensa biasanya digunakan untuk membaca dan melihat pada jarak dekat, sedangkan fokus lensa atas digunakan untuk melihat pada jarak yang sangat jauh.

3) Lensa *Progresif*

Sama halnya dengan lensa bifocal yang memiliki 2 titik fokus, namun bedanya lensa tersebut tidak memiliki jarak atau garis pemisah antara fokus untuk penglihatan jauh dan fokus untuk penglihatan dekat.

4) Lensa Transisi

Lensa ini cocok bagi Anda yang banyak menghabiskan waktu di dalam dan luar ruangan serta bagi Anda yang memiliki mata sensitif. Keunikan lensa ini adalah dapat berubah warna. Di dalam ruangan lensanya sejernih kaca biasa. Namun saat terkena sinar matahari warna lensanya menjadi gelap seperti kaca hitam, sehingga melindungi mata dari silau dan radiasi UV.

3. Kepuasan Pelanggan

Kata “kepuasan” atau dalam bahasa Inggris disebut “satisfaction” berasal dari bahasa Latin, yaitu “satis” yang berarti cukup baik, memadai dan “factio” yang artinya melakukan atau membuat.

Ada banyak variasi dalam definisi kepuasan yang ditemukan.

Kotler (2000, 36) mendeskripsikan kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang menyukai atau tidak menyukai suatu produk.

Sedangkan Wilkie (1994; 541) mendeskripsikan kepuasan pelanggan adalah respon emosional positif dalam mengevaluasi pengalaman menggunakan sebuah produk atau jasa.

Kepuasan pelanggan adalah sebuah pendahuluan dari pembelian kembali konsumen, loyalitas pelanggan, dan bertahannya konsumen yang akhirnya menguntungkan perusahaan. Kepuasan konsumen memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan dimana salah satu yang penting yaitu memungkinkan tercapainya loyalitas pelanggan (Lovelock et al 2005:395). Terdapat hubungan strategis antara tingkat kepuasan pelanggan dengan performa perusahaan secara keseluruhan (Lovelock et al. 2005 : 57).

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan dikarenakan berhubungan sangat penting. Respon dari pelanggan dapat dievaluasi agar sebuah perusahaan berkembang dengan baik dengan melihat respon yang diberikan oleh pelanggan itu sendiri

4. Pelanggan

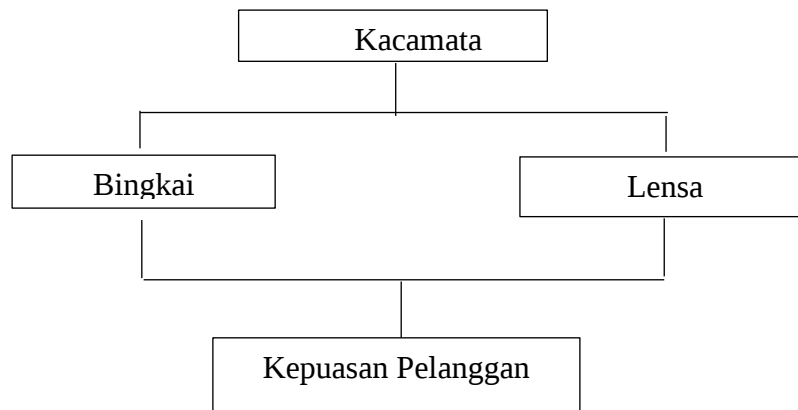
Pelanggan merupakan seseorang yang membeli suatu produk dan menggunakannya secara rutin. Oleh karena itu, dalam sebuah bisnis, konsumen sangatlah penting agar perusahaan dapat berkembang dan menjadi lebih baik. (Rusydi, 2017:3) berpendapat bahwa “pelanggan yaitu orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi standar kualitas tertentu, sehingga berdampak pada kinerja perusahaan”.

Sedangkan Menurut (Rusydi, 2017:3) berpendapat bahwa “pelanggan (*customer*) adalah seseorang yang datang atau memiliki kebiasaan untuk membeli sesuatu dari penjual. Kebiasaan tersebut meliputi aktifitas pembelian dan pembayaran atas sejumlah produk yang dilakukan berulang kali”.

Dan Menurut Greenberg (2010:8), pelanggan atau customer adalah individu atau kelompok yang terbiasa membeli sebuah produk atau jasa berdasarkan keputusan mereka atas pertimbangan manfaat maupun harga yang kemudian melakukan hubungan dengan perusahaan melalui telepon, surat, dan fasilitas lainnya untuk mendapatkan suatu penawaran baru dari perusahaan.

Dari berbagai penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pelanggan merupakan seseorang yang melakukan pembelian terhadap penjualan sebuah produk dan dapat menuntut perusahaan untuk dapat memenuhi standar kualitas yang diinginkan oleh pelanggan itu sendiri

B. Kerangka Teori



Gambar 2.4
Kerangka Teori

C. Kerangka Konsep



Gambar 2.5
Kerangka Konsep

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

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. (Sugioyono 2009:14).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1) Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Optik Aries Rangkasbitung, Jalan Tirtayasa, Muara Ciujung Barat, Rangkasbitung, Banten 42311

2) Waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret – Mei 2023

C. Populasi dan Sampel

1) Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek atau subjek yang diteliti (Notoatmodjo, 2005). Populasi dalam penelitian ini menggunakan populasi subjek yaitu seluruh pelanggan yang melakukan pembelian kacamata di Optik Aris Rangkasbitung sebanyak 385 orang.

2) Sampel

Sampel adalah objek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi (Notoatmodjo, 2018). Sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel subjek yaitu pelanggan yang melakukan pembelian kacamata di Optik Aries Rangkasbitung

Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan Rumus Slovin. Rumus ini merupakan rumus untuk menghitung jumlah sampel minimum ketika populasi tidak diketahui secara pasti, digunakan sebagai pengambilan sampel dalam penelitian ini. Rumus Slovin sering digunakan dalam penelitian survei yang jumlah sampelnya sangat besar sehingga diperlukan rumus tersebut untuk memperoleh sampel kecil dari keseluruhan populasi.. Dikemukakan kembali oleh prasetyo (2006) sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Besarnya Sampel

N = Besarnya Populasi

e = Presentase kesalahan yang ditolerir dalam pengambilan sampel pada kasus ini menggunakan e = 50% (0,05) Perhitungan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(0,05^2)}$$

$$n = 196,17$$

$$n = 196 \text{ sampel}$$

D. Sumber data

Sumber data yang digunakan peneliti adalah sumber data primer. Dimana data ini diambil secara langsung dari pelanggan di Optik Aries Rangkasbitung dengan metode kuesioner.

E. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu Probability Sampling dan Non-Probability Sampling. Pada penelitian ini menggunakan teknik Non-Probability Sampling berupa teknik Sampling Purposive.

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

F. Analisis data

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik deskriptif dapat disebut juga analisis univariat yang dilakukan menurut jenis data baik kategorik maupun numeric.

Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan bersifat deskriptif, yaitu uraian tentang hasil penelitian yang di dapatkan sesuai dengan hasil data sebenarnya dengan mendeskripsikan kuisisioner yang di dapat dari pasien.

G. Definisi Operasional

Tabel 3.1

Definisi Operasional

Variabel	Definsi	Dimensi	Indicator	Hasil	Skala
Kacamata	Kacamata yang didefinisikan dalam standar Inggris sebagai alat optik yang terdiri dari lensa dan bingkai, dengan sisi-sisi memanjang ke arah telinga. (A Stein Harold, 2013).	1.Pemilihan <i>frame</i> berdasarkan materialnya (plastik & metal) 2.Pemilihan Lensa kacamata berdasarkan kebutuhan	1. Pemilihan kacamata	1. Ya 2. Tidak	Guttman
Kepuasan pelanggan	Kotler (2000, 36) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai perasaan bahwa seseorang menyukai/tidak menyukai suatu produk setelah membandingkan kinerja produk tersebut dengan harapannya.	1. Pemenuhan Kebutuhan 2. Kepuasan pembelian	1.Memenuhi harapan pelanggan	1. Ya 2. Tidak	Guttman

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Sejarah dan perkembangan perusahaan

Optik Aries adalah sala satu optik di Rangkasbitung yang didirikan tahun 1998, telah melayani masyarakat dalam bidang kacamata. Sejak pertama didirikan hingga sekarang berusaha memberikan pelayanan yang berkualitas dan terjamin untuk kesehatan mata. Dimana memiliki misi untuk membantu pelanggan sehingga mampu melakukan aktifitas harian dalam pembuatan kacamata di proses sendiri hingga menjadi produk kacamata yang siap digunakan pelanggan.

2. Visi dan Misi

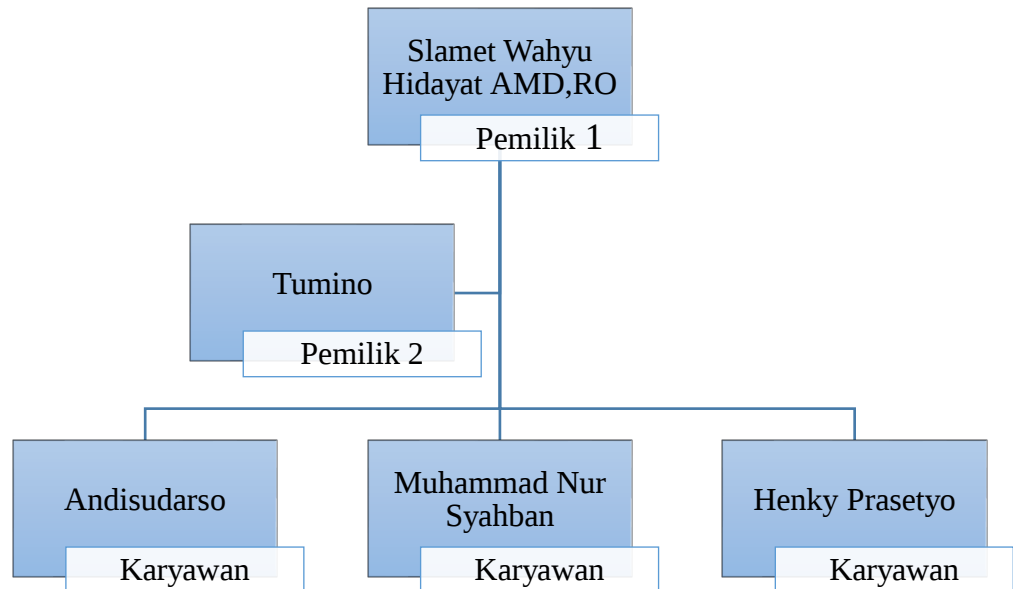
a. Visi

Menjadi salah satu optik yang mampu memberikan pelayanan dan produk terbaik yang dapat membantu setiap pelanggan kami melihat lebih jelas dan lebih baik dari pada sebelumnya dengan produk kacamata terbaik dan berkualitas.

b. Misi

Memberikan kepuasan kami dengan hanya memberikan produk kaca mata kualitas baik dan terjamin sehingga dapat membantu pelanggan dari penglihatan kabur menjadi lebih jelas dan lebih baik

3. Struktur organisasi



B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti terhadap 196 responden dari pelanggan yang melakukan pembelian kacamata di Optik Aries Rangkasbitung dengan mengisi kuesioner yang dibagikan yaitu sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

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%

Sumber: Data primer 2023

Berdasarkan hasil tabel 4.1 di atas 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%).

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

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%

Sumber: Data primer 2023

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

3. Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan

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%

Sumber: Data primer 2023

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

4. Variabel Penelitian

a. Pemilihan Kacamata

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%

Sumber: Data primer 2023

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.4 di atas, bahwasannya hasil pengisian kuesioner yang telah di isi 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

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Kotler dan Keller (2009:19) Konsumen lebih menyukai produk yang menawarkan kinerja, kualitas, dan inovatif. Kualitas mempunyai hubungan erat dengan kepuasan konsumen (Tjiptono, 2008:54).

b. Kepuasan Pelanggan

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%

Sumber: Data primer 2023

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.5 di atas, bahwasannya hasil pengisian kuesioner yang telah di isi 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%)

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Tjiptono, Chandra, Adriana, (2008:37) Peningkatan kepuasan pelanggan merupakan salah satu pendorong kinerja pasar untuk pertumbuhan penjualan jangka pendek dan jangka panjang, serta menimbulkan pembelian berulang.

BAB V

PENUTUP

A. 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

B. Saran

Optik Aries Rangkasbitung disarankan untuk terus berupaya menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan meningkatkan produk kacamata yang inovatif, memberikan rekomendasi produk yang dibutuhkan pelanggan, serta memberikan pelayanan yang cepat dan ramah, dan bersedia menerima keluhan dari pelanggan sehingga dapat memperbaiki dan meningkatkan pelayanan untuk mencapai kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21-30.
- 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>
- 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://aogapopin.ac.id/](http://aogapopin.ac.id/)
- Carlton Jenean. (2000). *Frames and Lenses*. SLACK. Retrieved from <http://books.google.co.id/>
- 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>
- Docia L Demmin, Steven M Silverstein. (2020). *Visual Impairment and Mental Health: Unmet Needs and Treatment Options*,14: 4229–4251
- A Stein Harold, M. S. R. and I. F. M. (2012). *Ophthalmic Dictionary And Vocabulary Builder For Eye Care Professionals*. Jaypee Brothers Medical Publishers.
- Sugiyono. (2013). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D,. In P. D. Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (p. 13). Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono.(2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Notoatmodjo, Soekidjo (2005) *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta

IAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Penelitian



PROGRAM STUDI REFRAKSI OPTISI AKADEMI REFRAKSI OPTISI LEPRINDO 2023

KUESIONER

Petunjuk pengisian kuesioner:

1. Mohon diisi sesuai dengan pertanyaan yang tersedia (untuk identitas responden)
2. Mohon diberi tanda (√) (untuk identitas responden)
3. Mohon diberi tanda (√) pada pilihan tanggapan yang paling sesuai dengan keadaan yang Bapak/Ibu/Saudara/I rasakan atau alami.
4. Mohon dijawab tanpa pengaruh apapun, peneliti menjamin kerahasiaan
5. jawaban Bapak/Ibu/Saudara/I.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama : (boleh tidak diisi)

Jenis Kelamin : ☐ Perempuan ☐ Laki-laki

Usia :

Pekerjaan : ☐ Pegawai Negeri Sipil (PNS) ☐ Pegawai Swasta
☐ Ibu Rumah Tangga ☐ Pelajar/ Mahasiswa

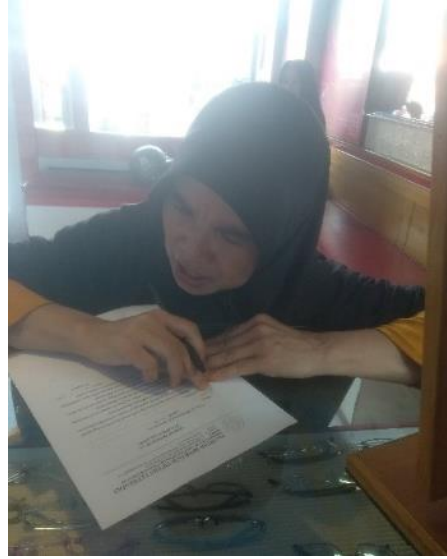
Kacamata

No	Pertanyaan	Skor	
		Ya	Tidak
1.	Produk kacamata (<i>Frame</i> & Lensa) sesuai dengan perkembangan jaman		
2.	Optik aries menjual kacamata sesuai dengan standart dan kualitas yang ditawarkan		
3.	Kacamata yang di pilih sudah sesuai dengan keinginan		
4.	Kacamata di optik aries lengkap jenis kacamata yang ditawarkan (lensa & <i>frame</i>)		

Kepuasan Pelanggan

No	Pertanyaan	Skor	
		Ya	Tidak
1.	Apakah Customer service memiliki keterampilan dalam menjelaskan produk kacamata yang tersedia		
2.	Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh optik aries dalam menyelesaikan masalah		
3.	Kacamata yang di pilih sudah memenuhi kebutuhan anda		
4.	Optik aries memenuhi ekspektasi saya terhadap pelayanan dalam memilih produk kacamata		

Lampiran 2 pengisian kuisioner



Lampiran 3 pemilihan kacamata



Lampiran 4 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 / aro.leprindo@gmail.com

website : www.aroleprindo.ac.id

Nomor : 109/SPm/Leprindo/III/2023
Perihal : Izin Penelitian

Jakarta, 21 Maret 2023

Kepada Yth.
Pimpinan Optik Aries Rangkasbitung
Bapak Tumino / Ibu Sri Rahayu
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 : Rizky Dwi Pradipta
N I M : 20009
Program Studi : Optometri

Untuk melaksanakan pengambilan data di instansi yang Bapak pimpin, guna penyusunan Tugas Akhir mahasiswa tersebut di atas dengan judul **"Gambaran Pemilihan Kacamata Terhadap Kepuasan Pelanggan"**.

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.

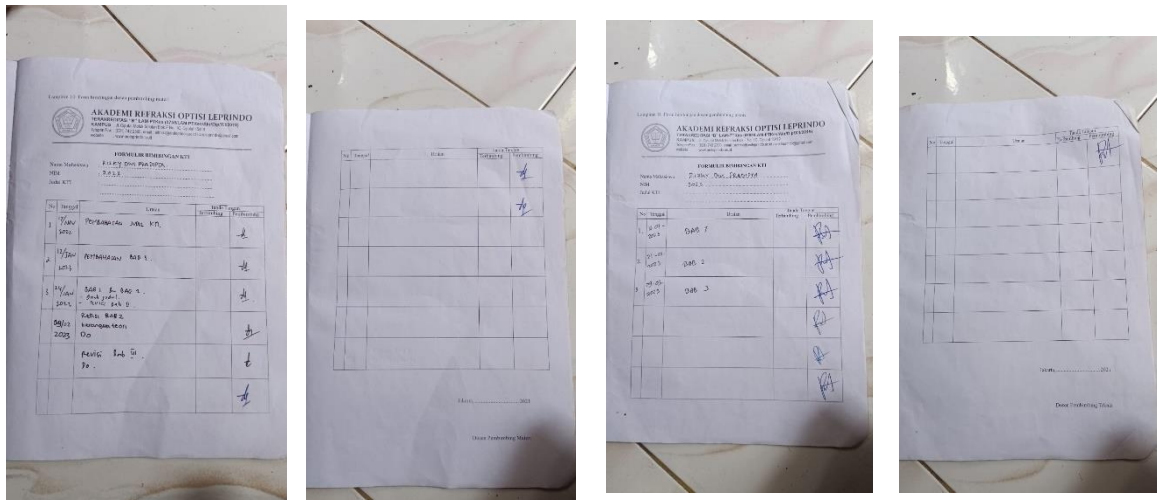
Direktur

ARO Leprindo Jakarta,



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

Lampiran 5 bimbingan kti



Lampiran 6 turnitin



Lampiran 7 total jenis kelamin responden

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

Lampiran 8 total usia responden

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

Lampiran 9 total pekerjaan responden

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%

Lampiran 10 total jawaban responden tentang pemilihan kacamata

RESPONDEN	P1	P2	P3	P4
Responden 1	1	1	1	0
Responden 2	1	1	1	1
Responden 3	1	0	1	1
Responden 4	1	1	1	1
Responden 5	1	1	1	1
Responden 6	0	1	1	1
Responden 7	1	1	1	1
Responden 8	1	0	1	1
Responden 9	1	1	1	1

Responden 10	1	1	1	1
Responden 11	0	1	1	0
Responden 12	1	1	1	1
Responden 13	1	1	1	1
Responden 14	1	1	1	1
Responden 15	1	1	1	1
Responden 16	1	1	1	0
Responden 17	1	1	1	1
Responden 18	0	1	1	1
Responden 19	1	1	1	1
Responden 20	1	1	1	1
Responden 21	1	1	1	1
Responden 22	1	1	1	1
Responden 23	1	1	0	1
Responden 24	1	1	1	1
Responden 25	1	1	1	1
Responden 26	1	1	1	1
Responden 27	1	1	1	1
Responden 28	1	1	1	1
Responden 29	1	1	1	1
Responden 30	1	1	1	1
Responden 31	0	1	1	1
Responden 32	1	1	0	1
Responden 33	1	0	1	1
Responden 34	1	1	1	1
Responden 35	1	1	1	0
Responden 36	1	1	1	1
Responden 37	1	1	1	1
Responden 38	1	1	1	1
Responden 39	1	1	1	1
Responden 40	1	1	1	1
Responden 41	0	1	1	1
Responden 42	1	1	1	0
Responden 43	1	1	1	1
Responden 44	1	1	1	1
Responden 45	1	1	1	1
Responden 46	1	1	1	1
Responden 47	1	1	1	1
Responden 48	1	1	1	1
Responden 49	1	1	1	1
Responden 50	1	1	1	1
Responden 51	1	1	1	1
Responden 52	1	1	1	0

Responden 53	1	1	1	1
Responden 54	1	1	1	1
Responden 55	1	1	1	1
Responden 56	1	1	1	1
Responden 57	1	1	1	1
Responden 58	1	1	1	1
Responden 59	1	1	1	1
Responden 60	1	1	1	0
Responden 61	1	1	1	1
Responden 62	1	1	1	1
Responden 63	1	0	1	0
Responden 64	1	1	0	1
Responden 65	1	0	1	0
Responden 66	1	1	1	1
Responden 67	0	1	1	1
Responden 68	1	1	1	1
Responden 69	0	1	1	1
Responden 70	1	0	0	1
Responden 71	1	1	1	1
Responden 72	1	1	1	1
Responden 73	1	1	1	1
Responden 74	1	1	0	1
Responden 75	1	1	1	1
Responden 76	1	1	1	1
Responden 77	1	0	1	1
Responden 78	1	1	1	1
Responden 79	1	1	1	1
Responden 80	1	1	1	1
Responden 81	1	1	1	1
Responden 82	1	1	1	1
Responden 83	1	1	1	1
Responden 84	1	1	1	1
Responden 85	0	1	1	1
Responden 86	0	1	1	0
Responden 87	1	1	0	1
Responden 88	1	1	0	1
Responden 89	1	1	1	1
Responden 90	1	1	1	1
Responden 91	1	1	1	1
Responden 92	1	0	1	1
Responden 93	1	1	1	1
Responden 94	1	1	1	1
Responden 95	1	1	1	1

Responden 96	1	1	1	1
Responden 97	0	1	1	1
Responden 98	1	0	1	1
Responden 99	1	1	1	1
Responden 100	1	1	0	1
Responden 101	1	1	1	1
Responden 102	1	1	1	1
Responden 103	1	1	1	1
Responden 104	1	1	1	1
Responden 105	1	1	1	1
Responden 106	0	1	1	0
Responden 107	1	1	1	1
Responden 108	1	1	1	1
Responden 109	1	1	0	1
Responden 110	1	1	0	1
Responden 111	1	1	0	1
Responden 112	1	1	1	1
Responden 113	1	1	1	1
Responden 114	1	1	1	1
Responden 115	1	1	1	1
Responden 116	0	1	1	1
Responden 117	1	0	1	1
Responden 118	1	1	1	0
Responden 119	1	1	1	0
Responden 120	1	1	1	1
Responden 121	1	1	1	0
Responden 122	1	1	1	1
Responden 123	1	1	1	1
Responden 124	1	1	1	1
Responden 125	1	1	1	1
Responden 126	1	1	1	1
Responden 127	1	1	1	1
Responden 128	1	1	1	0
Responden 129	1	1	1	1
Responden 130	1	1	1	1
Responden 131	1	1	1	1
Responden 132	1	1	1	1
Responden 133	1	1	1	0
Responden 134	1	1	1	1
Responden 135	1	1	1	1
Responden 136	1	1	1	1
Responden 137	1	1	1	1
Responden 138	1	0	1	1

Responden 139	1	1	1	1
Responden 140	1	1	1	0
Responden 141	1	1	0	1
Responden 142	1	1	1	1
Responden 143	1	1	1	1
Responden 144	1	1	1	1
Responden 145	1	1	1	1
Responden 146	1	1	1	1
Responden 147	0	1	1	0
Responden 148	1	1	1	1
Responden 149	1	1	1	1
Responden 150	1	1	1	1
Responden 151	1	1	1	1
Responden 152	1	1	1	1
Responden 153	1	1	1	0
Responden 154	1	1	1	1
Responden 155	1	1	1	1
Responden 156	1	1	1	1
Responden 157	1	1	1	1
Responden 158	1	1	1	1
Responden 159	1	1	1	0
Responden 160	1	1	0	1
Responden 161	1	1	1	1
Responden 162	1	1	1	1
Responden 163	1	0	1	1
Responden 164	0	1	1	1
Responden 165	1	1	1	1
Responden 166	1	1	1	1
Responden 167	1	1	1	1
Responden 168	1	1	1	0
Responden 169	1	1	1	1
Responden 170	1	1	1	1
Responden 171	1	1	1	1
Responden 172	1	1	1	1
Responden 173	1	1	1	1
Responden 174	1	1	1	1
Responden 175	1	1	1	1
Responden 176	1	1	1	1
Responden 177	1	1	1	0
Responden 178	1	1	1	1
Responden 179	1	1	1	1
Responden 180	1	1	1	1
Responden 181	1	1	1	1

Responden 182	1	1	1	1
Responden 183	1	1	1	1
Responden 184	1	1	1	1
Responden 185	1	1	1	0
Responden 186	1	1	1	1
Responden 187	1	1	1	1
Responden 188	1	1	1	1
Responden 189	0	1	1	1
Responden 190	1	1	1	1
Responden 191	1	1	1	1
Responden 192	1	1	1	1
Responden 193	1	1	1	1
Responden 194	1	1	1	1
Responden 195	1	1	1	1
Responden 196	1	1	1	1

Lampiran 11 total jawaban kepuasan pelanggan

RESPONDEN	P1	P2	P3	P4
Responden 1	1	1	1	1
Responden 2	1	1	1	1
Responden 3	1	1	1	1
Responden 4	1	1	1	1
Responden 5	1	1	1	1
Responden 6	1	1	1	1
Responden 7	1	1	1	1
Responden 8	1	1	1	1
Responden 9	1	1	1	1
Responden 10	1	1	1	1
Responden 11	1	1	1	1
Responden 12	0	1	0	1
Responden 13	1	1	1	1
Responden 14	1	0	1	1
Responden 15	1	1	1	1
Responden 16	1	1	1	1
Responden 17	1	1	1	1
Responden 18	1	1	1	1
Responden 19	1	1	1	1
Responden 20	0	1	1	1
Responden 21	1	1	1	1
Responden 22	1	1	1	1

Responden 23	1	1	1	1
Responden 24	1	1	1	1
Responden 25	1	1	1	1
Responden 26	1	1	1	1
Responden 27	1	1	1	1
Responden 28	1	1	1	1
Responden 29	1	1	1	1
Responden 30	1	1	1	1
Responden 31	1	1	1	1
Responden 32	1	1	1	1
Responden 33	1	1	1	1
Responden 34	1	1	1	1
Responden 35	1	1	1	1
Responden 36	1	1	1	1
Responden 37	1	1	1	1
Responden 38	1	1	1	1
Responden 39	1	1	0	1
Responden 40	1	1	1	1
Responden 41	1	1	1	1
Responden 42	1	1	1	1
Responden 43	1	1	1	1
Responden 44	1	1	1	1
Responden 45	1	1	1	1
Responden 46	1	1	1	1
Responden 47	1	1	1	1
Responden 48	1	1	1	1
Responden 49	1	1	1	1
Responden 50	1	1	1	1
Responden 51	1	1	1	1
Responden 52	1	1	1	1
Responden 53	1	1	1	1
Responden 54	1	1	0	1
Responden 55	1	1	1	1
Responden 56	1	1	1	1
Responden 57	1	1	1	1
Responden 58	1	1	0	1
Responden 59	1	1	1	1
Responden 60	1	1	1	1
Responden 61	1	1	1	1
Responden 62	1	1	0	1
Responden 63	1	1	1	1
Responden 64	1	0	0	1
Responden 65	1	1	1	1

Responden 66	1	1	1	1
Responden 67	1	0	1	1
Responden 68	1	1	0	1
Responden 69	0	0	1	1
Responden 70	1	1	0	1
Responden 71	0	1	1	1
Responden 72	0	0	0	1
Responden 73	1	1	0	1
Responden 74	1	1	1	1
Responden 75	1	1	1	1
Responden 76	1	1	1	1
Responden 77	1	1	1	1
Responden 78	1	1	1	1
Responden 79	1	1	1	1
Responden 80	1	1	1	1
Responden 81	1	1	1	1
Responden 82	1	1	0	1
Responden 83	1	1	1	1
Responden 84	0	1	1	1
Responden 85	0	1	1	1
Responden 86	1	1	1	1
Responden 87	1	1	1	1
Responden 88	1	1	1	1
Responden 89	0	1	1	1
Responden 90	1	1	1	0
Responden 91	1	1	1	1
Responden 92	1	1	1	1
Responden 93	1	1	1	1
Responden 94	1	1	1	1
Responden 95	1	1	1	1
Responden 96	1	1	1	1
Responden 97	1	1	1	1
Responden 98	0	1	1	1
Responden 99	1	0	1	1
Responden 100	1	1	1	1
Responden 101	1	1	0	1
Responden 102	1	1	1	1
Responden 103	1	1	1	1
Responden 104	1	1	1	1
Responden 105	1	1	1	1
Responden 106	1	1	1	1
Responden 107	0	1	1	0
Responden 108	1	1	1	1

Responden 109	1	1	1	1
Responden 110	1	1	0	1
Responden 111	1	1	0	1
Responden 112	1	1	0	1
Responden 113	1	1	1	1
Responden 114	1	1	1	1
Responden 115	1	1	1	1
Responden 116	1	1	1	1
Responden 117	0	1	1	1
Responden 118	1	0	1	1
Responden 119	1	1	1	0
Responden 120	1	1	1	0
Responden 121	1	1	1	1
Responden 122	1	1	1	1
Responden 123	1	1	1	1
Responden 124	1	1	1	1
Responden 125	1	1	1	1
Responden 126	1	1	1	1
Responden 127	1	1	1	1
Responden 128	1	1	1	1
Responden 129	1	1	1	1
Responden 130	1	1	1	1
Responden 131	1	1	1	1
Responden 132	1	1	1	1
Responden 133	1	1	1	1
Responden 134	1	1	1	0
Responden 135	1	1	1	1
Responden 136	1	1	1	1
Responden 137	1	1	1	1
Responden 138	1	1	1	1
Responden 139	1	0	1	1
Responden 140	1	1	1	1
Responden 141	1	1	1	0
Responden 142	1	1	0	1
Responden 143	1	1	1	1
Responden 144	1	1	1	1
Responden 145	1	1	1	1
Responden 146	1	1	1	1
Responden 147	1	1	1	1
Responden 148	0	1	1	1
Responden 149	1	1	1	1
Responden 150	1	1	1	1
Responden 151	1	1	1	1

Responden 152	1	1	1	1
Responden 153	1	1	1	1
Responden 154	1	1	1	1
Responden 155	1	1	1	1
Responden 156	1	1	1	1
Responden 157	1	1	1	1
Responden 158	1	1	1	1
Responden 159	1	1	1	1
Responden 160	1	1	1	1
Responden 161	1	1	0	1
Responden 162	1	1	1	1
Responden 163	1	1	1	1
Responden 164	1	0	1	1
Responden 165	0	1	1	1
Responden 166	1	1	1	1
Responden 167	1	1	1	1
Responden 168	1	1	1	1
Responden 169	1	1	1	1
Responden 170	1	1	1	1
Responden 171	1	1	1	1
Responden 172	1	1	1	1
Responden 173	1	1	1	1
Responden 174	1	1	1	1
Responden 175	1	1	1	1
Responden 176	1	1	1	1
Responden 177	1	1	1	1
Responden 178	1	1	1	1
Responden 179	1	1	1	1
Responden 180	1	1	1	1
Responden 181	1	1	1	1
Responden 182	1	1	1	1
Responden 183	1	1	1	1
Responden 184	1	1	1	1
Responden 185	1	1	1	1
Responden 186	1	1	1	1
Responden 187	1	1	1	1
Responden 188	1	1	1	1
Responden 189	1	1	1	1
Responden 190	0	1	1	1
Responden 191	1	1	1	1
Responden 192	1	1	1	1
Responden 193	1	1	1	1
Responden 194	1	1	1	1

Responden 195	1	1	1	1
Responden 196	1	1	1	1