

GAMBARAN LAYANAN PURNA JUAL PADA OPTIK BALIMAS JAKARTA SELATAN 2023

Karya Tulis Ilmiah

Diajukan untuk memenuhi syarat-syarat mncapai jenjang Pendidikan

Diploma III Optometri



Oleh

Leny Wati

20074

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

HALAMAN PERSETUJUAN

Karya Tulis Ilmiah ini telah diujikan pada seminar proposal dan siap di ujikan pada sidang akhir Pendidikan Tinggi Diploma III Optometri Akademi Reraksi Optisi Leprindo Jakarta

Jakarta, 22 Februari 2023

Disetujui

Pembimbing Materi



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

NIDN. 319126402

Pembimbing Teknis



Dra. Siti Hamidah

NIP 030906582027

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 26 Juli 2023 dan telah diperbaiki sesuai dengan masukan tim penguji.

Tim Penguji

Penguji I : Cheni Lee, OD (_____)

Penguji II : Wirawan Setyaka, A.Md.RO.,MM (_____)

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

HALAMAN PENGESAHAN

Karya tulis ini telah diujikan pada sidang akhir Pendidikan Tinggi Diploma III Optometri, Akademi Refraksi Optisi Leprindo Jakarta pada tanggal 26 Juli 2023 dan telah diperbaiki sesuai dengan masukan tim penguji.

Jakarta, 26 Juli 2023

Disetujui,

Pembimbing Materi

Pembimbing Teknis



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

NIDN. 319126402

Dra. Siti Hamidah

NIP 030906582027

Disahkan,

Direktur,

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

NIDN. 319126402

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Leny Wati

Tempat Tanggalahir : Bekasi, 10 Februari 1978

Alamat Rumah : Cinere Residence Blok I 3 No 4 Meruyung Limo

Agama : Katholik

Riwayat Pendidikan :

1. Lulus SDN Bhakti Handayani, Tahun 1990
2. Lulus SMPN 1 Bekasi, Tahun 1993
3. Lulus SMEA Strada Budi Luhur, Tahun 1996
4. Tercatat sebagai mahasiswa ARO LEPRINDO JAKARTA Program Studi DIII Optometri

Seminar dan pelatihan

- 1.
- 2.

Pengalaman Organisasi

- 1.
- 2.

Jakarta, 26 Juli 2023



KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah, sehingga penulis bisa menyelesaikan karya tulis ilmiah tentang **Gambaran Layanan Purna Jual Pada Optik Balimas Jakarta Selatan 2023** tepat waktu. Karya tulis ilmiah ini disusun untuk memenuhi syarat memperoleh gelar DIII Optometri di ARO Leprindo Jakarta.

Dalam penyusunan karya tulis ilmiah ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Dian Leila Sari, A.Md.Ro., S.Pd.,M.Kes selaku direktur ARO Leprindo Jakarta dan pembimbing materi, yang memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan karya tulis ilmiah ini.
2. Ibu Dra. Siti Hamidah selaku pembimbing teknis yang memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan karya tulis ilmiah ini.
3. Keluarga yang telah memberikan dukungan secara materi dan moril.
4. Teman-teman yang telah memberikan dukungan secara moril dalam penulisan karya tulis ilmiah ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan karya tulis ilmiah ini. Oleh karena itu, dengan rendah hati penulis menerima saran dan kritik dari pembaca agar penulis dapat memperbaiki karya tulis ilmiah ini.

Semoga karya tulis ilmiah ini bermanfaat bagi pembaca dan industri optik secara umum. Semoga hasil penelitian ini juga dapat memotivasi dan menginspirasi penelitian lanjutan di bidang yang sama.

Jakarta, Juli 2023

Leny Wati

ABSTRAK

Dalam dunia bisnis yang kompetitif, purna jual telah menjadi elemen kunci dalam menjaga kepuasan pelanggan dan memperkuat citra merek. Perusahaan yang mampu memberikan layanan purna jual yang baik dapat menciptakan hubungan yang kuat dengan pelanggan, yang pada gilirannya akan meningkatkan loyalitas, retensi, dan rekomendasi pelanggan kepada orang lain. Dalam konteks tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis gambaran purna jual Optik Balimas, salah satu optik terkemuka di Jakarta Selatan.

Purna jual adalah tahap kritis dalam siklus penjualan yang melibatkan berbagai aktivitas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan setelah mereka membeli produk atau layanan. Melalui pendekatan kuantitatif, kami berupaya memahami bagaimana Optik Balimas menangani dan mengelola purna jualnya agar dapat memberikan pengalaman pelanggan yang memuaskan.

Penelitian ini melibatkan wawancara mendalam dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk manajer toko dan karyawan purna jual yang bertanggung jawab untuk memberikan layanan purna jual kepada pelanggan. Selain itu, kami juga berbicara dengan beberapa pelanggan yang telah merasakan proses purna jual di Optik Balimas untuk mengetahui tingkat kepuasan dan persepsi layanan mereka.

Dari hasil penelitian ini, kami menemukan bahwa Optik Balimas berhasil menerapkan berbagai strategi purna jual, seperti perbaikan dan perawatan kacamata, pemeriksaan mata secara berkala, dan konsultasi gaya untuk pelanggan.

Dalam wawancara dengan pelanggan, mayoritas menyatakan puas dengan layanan purna jual yang diberikan oleh Optik Balimas. Daya tanggap, keramahan, dan profesionalisme staf purna jual berdampak positif pada pengalaman pelanggan, yang pada gilirannya mendorong mereka untuk kembali dan merekomendasikan toko ini kepada orang lain.

Kata Kunci : layanan purna jual dan kepuasan pelanggan

ABSTRACT

In a competitive business world, after-sales has become a key element in maintaining customer satisfaction and strengthening brand image. Companies that are able to provide good after-sales service can create strong relationships with customers, which in turn will increase customer loyalty, retention, and recommendations to others. In this context, this study aims to analyze the after-sales picture of Optik Balimas, a leading optician in South Jakarta.

After-sales is a critical stage in the sales cycle that involves various activities to meet the needs and wants of customers after they have purchased a product or service. Through a quantitative approach, we seek to understand how Optik Balimas deals with and manages its after-sales in order to provide a satisfying customer experience.

This research involved in-depth interviews with various stakeholders, including store managers and after-sales employees who are responsible for providing after-sales service to customers. In addition, we also spoke with several customers who have experienced the after-sales process at Optik Balimas to gain insight into their level of satisfaction and perception of the service.

From the results of this research, we found that Optik Balimas has successfully implemented a variety of after-sales strategies, such as eyewear repair and maintenance, periodic eye examinations, and style consultations for customers. In interviews with customers, the majority of them expressed satisfaction with the after-sales service provided by Optik Balimas. The responsiveness, friendliness, and professionalism of the after-sales staff have had a positive impact on the customer experience, which in turn encourages them to come back and recommend this store to others.

However, while it has succeeded in creating a positive after-sales picture, this study also identified several areas that needed improvement. Among these are improved response times in handling customer complaints and further efforts to create a more attractive customer loyalty program.

Keywords : after sales service and customer satisfaction

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GRAFIK.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	2
C. Pembatasan Masalah.....	2
D. Tujuan Penelitian.....	3
E. Manfaat penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Landasan Teori.....	6
B. Kerangka Konsep.....	13
C. Hipotesis.....	13
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	14
A. Jenis Penelitian.....	14
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	18
C. Populasi dan Sampel.....	18

D. Sumber Data.....	19
E. Teknik Pengambilan Sampel.....	20
F. Analisis Data.....	21
G. Definisi Oprasional.....	22
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	26
A. Profil Perusahaan.....	26
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	26
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	34
B. Saran.....	35
DAFTAR PUSTAKA.....	36
LAMPIRAN.....	39

DAFTAR GRAFIK

- Grafik 4.1 Jenis Kelamin
- Grafik 4.2 Usia Responden
- Grafik 4.3 Pertanyaan A
- Grafik 4.4 Pertanyaan B
- Grafik 4.5 Pertanyaan C
- Grafik 4.6 Pertanyaan D
- Grafik 4.7 Pertanyaan E
- Grafik 4.8 Pertanyaan F
- Grafik 4.9 Pertanyaan G
- Grafik 4.10 Pertanyaan H
- Grafik 4.11 Pertanyaan I

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini, kepuasan pelanggan sangat penting untuk keberhasilan bisnis, terutama di industri penjualan barang dan jasa. Pelayanan purna jual, yang mencakup perawatan, perbaikan, penggantian, dan konsultasi tentang perawatan dan pemakaian produk, adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelayanan purna jual yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan dan memastikan kesetiaan pelanggan dalam jangka panjang.

Optik Balimas merupakan salah satu optik di Jakarta Selatan yang menyediakan berbagai produk berkualitas tinggi, seperti kacamata, lensa, dan masih banyak lagi. Optik Balimas telah berhasil menjaga kepuasan pelanggan melalui pelayanan purna jual yang baik. Namun, belum ada penelitian yang secara menyeluruh menggambarkan bagaimana pelayanan purna jual yang diberikan oleh Optik Balimas, serta bagaimana pelayanan ini mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Penelitian ini akan dilakukan pada tahun 2023 dengan tujuan mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang layanan purna jual Optik Balimas di Jakarta Selatan, tingkat kepuasan pelanggan, dan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan layanan purna jual.

Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat membantu Optik Balimas dan industri optik lainnya meningkatkan layanan purna jual dan

kepuasan pelanggan sehingga perusahaan dapat bertahan lama. Karena penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kelemahan dan kekurangan, maka sangat mengharapkan kritik dan saran yang bermanfaat untuk membantu memperbaiki dan menyempurnakannya.

B. Rumusan Masalah

Fokus penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah layanan purna jual Optik Balimas memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan?
2. Apakah kepuasan dan kesetiaan pelanggan Optik Balimas berkorelasi dengan pelayanan purna jual?
3. Bagaimana Optik Balimas melayani pelanggannya setelah pembelian?
4. Apakah pelanggan puas dengan layanan purna jual Optik Balimas?
5. Komponen apa saja yang mempengaruhi tingkat keberhasilan layanan purna jual Optik Balimas?

C. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian tentang pelayanan purna jual di Optik Balimas di Jakarta Selatan pada tahun 2023, ada beberapa pembatasan yang akan diterapkan. Penelitian ini akan mengkaji pelayanan purna jual yang

diberikan oleh Optik Balimas, Jakarta Selatan pada tahun 2023, dan tidak mencakup periode sebelum atau sesudahnya.

1. Penelitian ini akan berfokus pada pelayanan purna jual yang diberikan kepada pelanggan yang telah melakukan pembelian produk di Optik Balimas, seperti perawatan produk, perbaikan, penggantian, dan konsultasi terkait perawatan serta pemakaian produk.
2. Fokus penelitian ini adalah kepuasan pelanggan yang berkaitan langsung dengan layanan purna jual. Studi ini tidak akan menyelidiki kepuasan pelanggan yang berkaitan dengan elemen lain dari Optik Balimas, seperti harga, barang, atau layanan penjualan.
3. Penelitian ini akan mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan pelayanan purna jual pada Optik Balimas, namun tidak akan mencakup faktor-faktor eksternal yang berada di luar kendali Optik Balimas, seperti kondisi ekonomi atau perubahan regulasi pemerintah.
4. Meskipun penelitian ini akan melibatkan pelanggan Optik Balimas yang bersedia mengikuti survei dan wawancara, hasilnya mungkin tidak benar-benar mencerminkan semua perspektif pelanggan.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian mengenai pelayanan purna jual pada Optik Balimas, Jakarta Selatan 2023 adalah sebagai berikut:

1. Menemukan dan menjelaskan proses dan mekanisme pelayanan purna jual Optik Balimas kepada pelanggannya.
2. Mengevaluasi apakah layanan purna jual memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan.
3. Mengukur tingkat kepuasan pelanggan.
4. Menemukan dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan layanan purna jual Optik Balimas.
5. Menilai hubungan antara pelayanan purna jual dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan pada Optik Balimas.

E. Manfaat penelitian

Penelitian yang dilakukan tentang pelayanan purna jual di Optik Balimas, Jakarta Selatan pada tahun 2023 memberikan manfaat berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Meningkatkan jumlah literatur dan referensi mengenai pelayanan purna jual, khususnya yang berkaitan dengan industri optik.
 - b. Meningkatkan pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan pelayanan purna jual dan bagaimana hal itu berdampak pada kepuasan pelanggan.

- c. Memberikan studi kasus yang dapat digunakan sebagai bahan pembelajaran dan diskusi bagi peneliti, akademisi, dan siswa yang tertarik dengan topik pelayanan purna jual.

2. Manfaat Praktis

- a. Memberikan masukan dan rekomendasi kepada Optik Balimas dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan purna jual dan kepuasan pelanggan.
- b. Menyediakan informasi yang berguna bagi industri optik lainnya untuk mengembangkan dan mengoptimalkan pelayanan purna jual mereka.
- c. Membantu mengambil kebijakan dan praktisi dalam merancang strategi pemasaran dan pengembangan bisnis yang lebih efektif, dengan mempertimbangkan pentingnya pelayanan purna jual dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan.
- d. Menyadarkan konsumen akan pentingnya pelayanan purna jual dalam memilih produk dan layanan, sehingga mereka dapat membuat keputusan yang lebih bijaksana saat berbelanja.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Kepuasan Pelanggan

Menurut Oliver (1997), kepuasan pelanggan adalah persepsi yang dibuat oleh pelanggan tentang produk atau jasa yang mereka gunakan atau konsumsi. Oliver juga menyatakan bahwa harga produk, layanan, dan kualitas produk memengaruhi kepuasan pelanggan. Teori kepuasan pelanggan akan digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan seberapa puas pelanggan dengan layanan purna jual Optik Balimas.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan atau konsumen setelah mendapatkan produk atau jasa dari sebuah perusahaan. Perasaan ini muncul saat pelanggan membandingkan kenyataan dan harapan mereka tentang produk atau jasa yang akan mereka peroleh.

Menurut Kotler dan Keller (2009), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang yang timbul dari hasil perbandingan kinerja produk atau jasa terhadap harapannya. Dalam hal ini, kepuasan pelanggan terjadi ketika harapan pelanggan sesuai atau melebihi kinerja produk atau jasa yang diterima.

Oliver (1997) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan terdiri dari respons afektif yang tergantung pada konteks yang berasal dari

evaluasi kognitif konsumen terhadap pengalaman mereka saat menggunakan produk atau jasa tertentu. Dalam konteks ini, kepuasan pelanggan terdiri dari perasaan dan emosi yang muncul setelah pelanggan menilai produk atau jasa yang telah mereka gunakan.

Kepuasan pelanggan, menurut Zeithaml et al. (2009), adalah persepsi tentang seberapa jauh perbedaan antara apa yang diharapkan dari produk atau jasa yang dibeli dan apa yang dirasakan setelah pembelian. Sejauh mana harapan pelanggan terpenuhi oleh kinerja produk atau jasa yang mereka terima.

Secara khusus, kepuasan pelanggan terdiri dari beberapa komponen, seperti:

- a. Harapan Pelanggan: Apa yang dipikirkan pelanggan tentang suatu produk atau jasa sebelum mereka menggunakannya.
- b. Persepsi Kinerja: Penilaian konsumen terhadap produk atau jasa setelah mereka menggunakannya.
- c. Evaluasi Kepuasan: Proses di mana konsumen menilai kesenjangan antara harapan mereka dan kinerja produk atau jasa yang mereka terima.
- d. Dampak Kepuasan Pelanggan: Perilaku pelanggan dan kinerja bisnis sangat dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan. Ini termasuk kesetiaan, pembelian berulang, dan rekomendasi.

Dengan memahami pengertian kepuasan pelanggan menurut beberapa ahli dan aspek-aspek yang terlibat dalam kepuasan pelanggan,

peneliti dapat mengukur dan meningkatkan kepuasan pelanggan dalam konteks pelayanan purna jual pada Optik Balimas.

Dalam melanjutkan penelitian mengenai pelayanan purna jual pada Optik Balimas, peneliti perlu mempertimbangkan beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Berikut ini beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam konteks pelayanan purna jual:

- a. Pelayanan purna jual yang baik mencakup profesionalisme, ketepatan waktu, kemampuan memecahkan masalah, empati, dan sikap yang ramah (Parasuraman et al., 1985). Pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memengaruhi persepsi mereka tentang perusahaan.
- b. Komunikasi: Komunikasi yang efektif antara perusahaan dan pelanggan dalam pelayanan purna jual sangat penting. Komunikasi yang jelas dan mudah dipahami oleh pelanggan dapat membantu mereka dalam memahami prosedur pelayanan purna jual, serta menjamin kepuasan pelanggan (Gronroos, 2000).
- c. Fleksibilitas: Fleksibilitas dalam pelayanan purna jual, seperti kemudahan dalam mengatur jadwal perawatan atau perbaikan, serta ketersediaan layanan darurat, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Zeithaml et al., 2009).
- d. Garansi dan Kebijakan Pengembalian: Kebijakan garansi dan pengembalian yang jelas dan mudah diakses oleh pelanggan dapat

meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan mempengaruhi kepuasan pelanggan (Homburg & Giering, 2001).

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini, peneliti dapat mengidentifikasi bagaimana pelayanan purna jual pada Optik Balimas mempengaruhi kepuasan pelanggan dan mencari cara untuk meningkatkan pelayanan purna jual agar dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan dengan lebih baik. Selanjutnya, peneliti dapat mengkaji dampak kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dan kinerja bisnis Optik Balimas secara keseluruhan.

2. Teori Pelayanan Purna Jual

Pelayanan purna jual merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan setelah proses penjualan produk atau jasa, dengan tujuan untuk memastikan kepuasan pelanggan dan menjaga hubungan jangka panjang dengan mereka.

Menurut Kotler (2003), pelayanan purna jual mencakup aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjaga dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan setelah penjualan produk atau jasa, seperti layanan perbaikan, dukungan teknis, dan garansi.

Menurut Grewal et al. (2008), pelayanan purna jual melibatkan serangkaian kegiatan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan setelah mereka mengkonsumsi produk atau jasa, seperti dukungan pelanggan, layanan perawatan, dan penanganan keluhan.

Secara terperinci, pelayanan purna jual meliputi beberapa aspek, seperti:

- a. Dukungan Teknis: Layanan seperti memecahkan masalah, panduan penggunaan, dan pembaruan perangkat lunak adalah contoh dari dukungan teknis yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan untuk menangani masalah teknis yang terkait dengan produk atau jasa.
- b. Layanan Perbaikan dan Perawatan: Layanan perbaikan dan perawatan melibatkan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperbaiki produk yang rusak atau melakukan perawatan rutin guna menjaga kinerja produk tetap optimal.
- c. Garansi dan Kebijakan Pengembalian: Garansi dan kebijakan pengembalian merupakan janji yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan untuk menggantikan atau memperbaiki produk yang rusak atau tidak memenuhi spesifikasi yang dijanjikan.
- d. Penanganan Keluhan: Proses yang dilakukan oleh perusahaan untuk menerima, memeriksa, dan menyelesaikan keluhan pelanggan dikenal sebagai penanganan keluhan.
- e. Pelatihan dan Pendidikan: Pelatihan dan pendidikan mencakup kegiatan yang dilakukan oleh bisnis untuk membantu pelanggan memahami dan menggunakan barang atau jasa dengan lebih baik.

3. Teori Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan berasal dari kepuasan pelanggan yang konsisten dan pengalaman positif sepanjang waktu. Loyalitas pelanggan adalah kecenderungan pelanggan untuk terus memilih dan membeli barang atau jasa dari suatu merek atau perusahaan meskipun ada alternatif lain yang tersedia di pasar.

Loyalitas pelanggan didefinisikan oleh Oliver (1999) sebagai suatu komitmen yang mendalam untuk membeli atau mendukung kembali barang atau jasa yang disukai di masa depan, terlepas dari pengaruh dan upaya pemasaran yang dapat mengubah perilaku.

Loyalitas pelanggan didefinisikan oleh Kotler dan Keller (2006) sebagai kecenderungan pelanggan untuk selalu memilih suatu merek atau perusahaan di atas pesaingnya berdasarkan pengalaman positif yang mereka peroleh.

Loyalitas pelanggan melibatkan beberapa aspek, seperti:

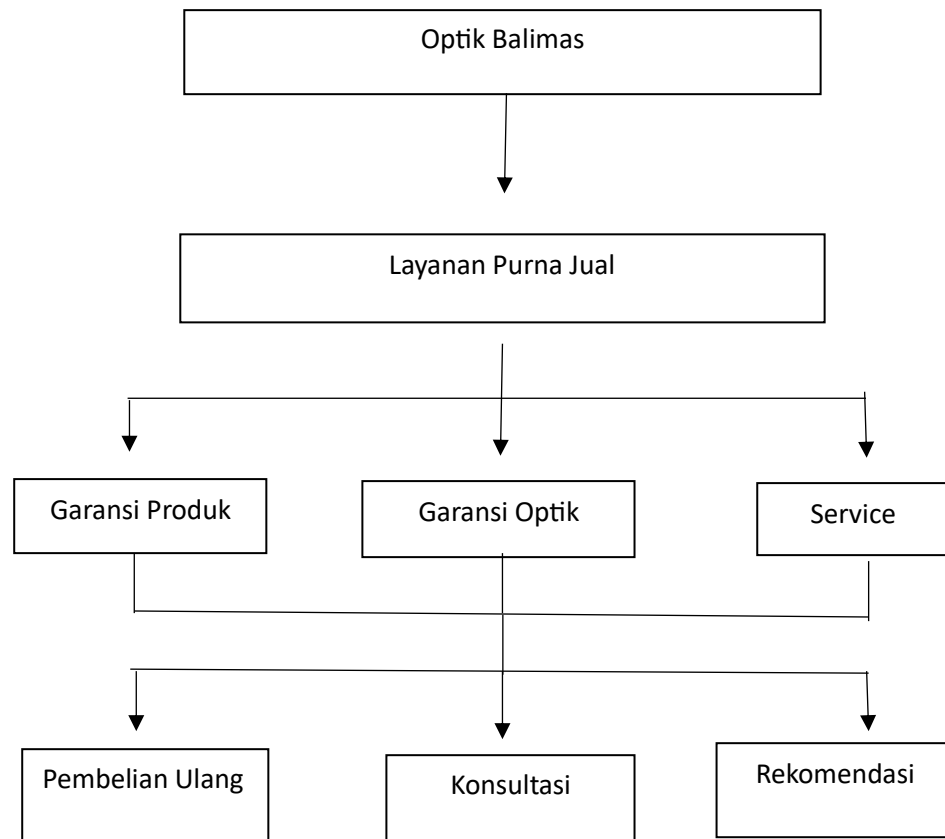
- a. Loyalitas Perilaku: Istilah "loyalitas perilaku" mengacu pada seberapa sering pelanggan membeli barang dan jasa dari suatu perusahaan atau merek, seperti pembelian berulang atau pembelian sering.
- b. Loyalitas Sikap: Loyalitas sikap mencakup perasaan dan keyakinan positif yang dimiliki oleh pelanggan terhadap suatu merek atau perusahaan. Contohnya, kepercayaan terhadap

kualitas produk atau jasa, kebanggaan menjadi pelanggan, dan komitmen jangka panjang.

Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan meliputi:

- a. Kepuasan Pelanggan: Jika pelanggan puas dan merek atau perusahaan memenuhi kebutuhan dan harapan mereka, mereka akan lebih loyal.
- b. Kualitas Produk atau Jasa: Produk atau jasa berkualitas tinggi akan membuat pelanggan lebih loyal karena mereka akan merasa yakin bahwa mereka mendapatkan nilai yang baik untuk uang mereka.
- c. Pelayanan Purna Jual: Pelanggan akan merasa dihargai dan didukung oleh merek atau perusahaan jika mereka menerima layanan purna jual yang baik. Ini akan mempengaruhi loyalitas pelanggan.
- d. Hubungan Emosional: Hubungan emosional yang kuat antara pelanggan dan merek atau perusahaan akan meningkatkan loyalitas pelanggan, karena pelanggan akan merasa terhubung dan memiliki rasa memiliki terhadap merek atau perusahaan tersebut.

B. Kerangka Teori



C. Hipotesis

Berdasarkan kerangka teori di atas maka dapat ditarik sebuah hipotesis yaitu layanan purna jual berhubungan dengan garansi produk, garansi optik, dan service. Dengan adanya hubungan ini, diharapkan layanan purna jual dapat sampai ke konsumen.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian kuantitatif dan kualitatif adalah dua pendekatan penelitian ilmiah utama; keduanya memiliki metode dan fitur yang berbeda.

1. Penelitian Kualitatif

Penelitian kualitatif adalah pendekatan penelitian yang berpusat pada pengumpulan dan analisis data non-numerik untuk memahami fenomena, proses, atau hubungan dalam konteks sosial dan budaya tertentu. Pendekatan ini lebih mengutamakan pemahaman mendalam, deskripsi rinci, dan interpretasi kontekstual daripada generalisasi statistik.

Ciri-ciri penelitian kualitatif meliputi:

- a. Data dalam bentuk teks, gambar, atau artefak
- b. Penekanan pada konteks dan makna
- c. Proses analisis yang induktif dan interaktif
- d. Peneliti sebagai instrumen pengumpulan data
- e. Pendekatan holistik dalam memahami fenomena

Metode penelitian kualitatif meliputi:

- a. Wawancara Mendalam

Metode pengumpulan data yang dikenal sebagai wawancara mendalam melibatkan pertanyaan yang terbuka dan menyeluruh

yang diajukan kepada responden untuk mendapatkan pemahaman tentang pandangan, pengalaman, dan pemikiran responden tentang subjek penelitian.

b. Observasi Partisipatif

Observasi partisipatif adalah metode penelitian yang melibatkan peneliti dalam partisipasi aktif dalam kegiatan, interaksi, dan pengalaman bersama dengan subjek penelitian dalam konteks alamiahnya untuk memahami makna dan proses sosial yang terjadi.

c. Studi Kasus

Studi kasus adalah jenis penelitian yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data tentang kasus tertentu (seperti individu, kelompok, atau organisasi) untuk meningkatkan pemahaman kita tentang fenomena kompleks di dunia nyata.

d. Analisis Dokumen dan Artefak

Analisis dokumen dan artefak adalah proses pengumpulan dan interpretasi informasi dari dokumen tertulis, gambar, atau benda-benda yang terkait dengan subjek penelitian dengan tujuan memperoleh pemahaman tentang konteks sosial, budaya, atau sejarah yang mendasari fenomena yang diteliti.

e. Etnografi

Etnografi adalah metode penelitian yang melibatkan peneliti dalam pengamatan dan partisipasi jangka panjang dalam kehidupan sosial dan budaya kelompok atau komunitas tertentu

untuk memahami sistem makna, nilai, dan praktik yang dianut oleh anggotanya.

f. Fenomenologi

Fenomenologi adalah metode penelitian yang berfokus pada pengalaman subjektif individu mengenai suatu fenomena tertentu, dengan tujuan memahami makna yang diberikan oleh individu tersebut dan mengungkap struktur esensial dari pengalaman tersebut.

g. Grounded Theory

Metode penelitian yang dikenal sebagai grounded theory melibatkan pengumpulan dan analisis data secara sistematis dan simultan. Untuk mengembangkan teori yang "berakar" pada data, peneliti menemukan pola, kategori, dan hubungan dalam data dengan menggunakan teknik seperti pengkodean aksi dan perbandingan konstan.

2. Penelitian Kuantitatif

Penelitian kuantitatif berfokus pada pengumpulan dan analisis data numerik untuk menguji hipotesis atau teori, mengukur variabel, dan menjelaskan hubungan antara variabel dalam konteks yang lebih luas. Metode penelitian ini mengutamakan kontrol eksperimental, objektivitas, dan generalisasi statistik.

Ciri-ciri penelitian kuantitatif meliputi:

- a. Data dalam bentuk numerik
- b. Penekanan pada pengukuran dan kuantifikasi

- c. Proses analisis yang deduktif dan statistik
- d. Penggunaan instrumen pengumpulan data yang standar dan reliabel
- e. Pendekatan positivistik dalam memahami fenomena

Metode penelitian kuantitatif meliputi:

- a. Eksperimen

Eksperimen adalah metode penelitian yang melibatkan manipulasi variabel independen untuk mengukur dampaknya terhadap variabel dependen. Eksperimen sering kali menggunakan kontrol dan kelompok eksperimental, randomisasi, dan teknik pengendalian lainnya untuk mengurangi bias dan mengisolasi hubungan sebab-akibat antara variabel.

- b. Survei atau Kuesioner

Survei atau kuesioner adalah metode penelitian yang melibatkan pengumpulan data dari sejumlah besar responden melalui instrumen seperti kuesioner atau wawancara terstruktur. Survei biasanya digunakan untuk menggali informasi mengenai persepsi, opini, perilaku, atau karakteristik populasi yang spesifik.

- c. Studi Korelasional

Studi korelasional adalah metode penelitian yang digunakan untuk mengukur hubungan antara dua atau lebih variabel dalam situasi alamiah, tanpa manipulasi atau kontrol. Studi ini

menghasilkan koefisien korelasi yang menggambarkan kekuatan dan arah hubungan antar variabel.

d. Studi Kausal-Komparatif:

Studi kausal-komparatif membandingkan kelompok yang berbeda pada variabel dependen, berdasarkan perbedaan alamiah pada variabel independen, untuk menemukan hubungan sebab-akibat antara variabel. Metode ini tidak memerlukan kontrol eksperimental atau manipulasi.

e. Studi Eksplorasi Kuantitatif:

Pada tahap awal penelitian, studi eksplorasi kuantitatif biasanya digunakan untuk mengembangkan hipotesis atau teori yang kemudian akan diuji secara lebih mendalam dengan metode kuantitatif lainnya. Metode ini digunakan untuk mengidentifikasi pola atau hubungan antara variabel dalam data numerik.

Berdasarkan objek penelitian dan tingkat kealamiahannya, penulis akan melakukan penelitian secara kuantitatif.

B. Tempat dan Waktu Pelaksanaan

Dalam penelitian ini, penulis memilih Optik Balimas sebagai tempat penelitian dan waktu penelitian pada bulan Mei 2023.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Dalam penelitian, populasi merujuk pada semua orang, objek, atau fenomena yang akan diuji, dipelajari, atau dijelaskan.

Sugiyono (2017): Peneliti memilih populasi sebagai subjek penelitian karena memiliki karakteristik tertentu.

2. Sampel

Bagian populasi yang dipilih untuk penelitian adalah sampel, yang digunakan untuk menggambarkan karakteristik umum populasi.

Sampel adalah "subkumpulan dari populasi yang dipilih oleh peneliti untuk mewakili populasi secara keseluruhan", menurut Sekaran dan Bougie (2016).

D. Sumber Data

Sumber data primer dan sekunder adalah dua kategori utama sumber data, yang berfungsi sebagai titik awal dari informasi yang digunakan dalam penelitian.

Creswell (2014) mendefinisikan sumber data sebagai "sumber informasi yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dalam penelitian, yang meliputi sumber data primer, seperti survei, wawancara, dan observasi, serta sumber data sekunder, seperti dokumen, arsip, dan catatan yang telah ada sebelumnya."

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer: sumber data primer melibatkan pengumpulan data langsung dari

responden atau objek penelitian. Beberapa contoh metode pengumpulan data primer adalah:

1. Survei: Menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan informasi dari responden.
2. Wawancara: Percakapan langsung dengan responden untuk mendapatkan informasi lebih lanjut.
3. Observasi: Melakukan pengamatan langsung terhadap perilaku, proses, atau fenomena yang sedang diteliti.
4. Fokus Grup: Mengumpulkan sekelompok orang untuk mendiskusikan topik tertentu dan mendapatkan informasi melalui interaksi kelompok.

E. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel adalah metode yang digunakan untuk memilih sekelompok individu atau unit dari populasi penelitian yang akan dijadikan sebagai subjek dalam penelitian.

Creswell (2014) mendefinisikan pengambilan sampel sebagai "proses pemilihan sekelompok individu atau unit dari populasi yang akan digunakan dalam penelitian dengan tujuan untuk menggambarkan atau membuat generalisasi tentang populasi tersebut."

Penulis menggunakan probabilitas sampel, yaitu sampel yang dipilih secara acak dengan peluang yang sama untuk dipilih. Beberapa contoh metode sampling probabilitas adalah:

1. Simple Random Sampling: Setiap individu atau unit dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel.
2. Sampel Sistematis: Sampel diambil dengan interval tetap, misalnya setiap lima atau sepuluh orang dalam populasi.
3. Stratified Sampling: Populasi dibagi menjadi subkelompok berdasarkan karakteristik tertentu, dan sampel diambil secara acak dari setiap subkelompok.
4. Sampel Kelompok: Populasi dibagi menjadi kelompok atau klaster, dan sebagian dari klaster tersebut dipilih secara acak untuk dijadikan sampel.

F. Analisa Data

Mengolah dan menginterpretasikan data yang dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan mencapai tujuan penelitian dikenal sebagai analisis data.

Creswell (2014) mendefinisikan analisis data sebagai "proses memeriksa, mengatur, dan menginterpretasi data yang telah dikumpulkan dalam penelitian untuk memahami hubungan antara variabel dan menjawab pertanyaan penelitian."

Jenis analisis data yang biasa digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif: Analisis ini menampilkan karakteristik data yang telah dikumpulkan, seperti mean, median, modus, frekuensi,

persentase, dan standar deviasi. Analisis ini membantu peneliti memahami pola dasar dan menemukan tren atau variasi dalam data.

2. Analisis Inferensial: Analisis inferensial digunakan untuk mengevaluasi hipotesis dan membuat generalisasi populasi berdasarkan sampel yang telah dikumpulkan. Beberapa metode analisis inferensial termasuk uji t, uji chi-kuadrat, uji F (ANOVA), dan regresi linier.
3. Analisis Kualitatif: Analisis kualitatif menganalisis data non-numerik yang dikumpulkan dengan menggunakan metode kualitatif, seperti observasi, wawancara, dan dokumen. Analisis kualitatif melibatkan proses pengkodean, kategorisasi, dan tematisasi data untuk menemukan pola dan hubungan dalam data.
4. Analisis Multivariat: Analisis faktor, kluster, dan diskriminan adalah beberapa metode analisis multivariat yang digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara tiga atau lebih variabel yang ditemukan dalam data yang dikumpulkan.

G. Definisi Oprasional

Definisi operasional adalah proses mendefinisikan variabel penelitian dalam istilah yang dapat diukur atau diamati. Definisi operasional membantu peneliti untuk menguraikan dengan jelas bagaimana variabel akan diukur, dan memastikan bahwa variabel tersebut dapat diukur secara konsisten dan akurat.

Kerlinger (1986) mendefinisikan definisi operasional sebagai "suatu proses di mana peneliti mengidentifikasi variabel penelitian dan mendefinisikannya dalam istilah yang spesifik dan dapat diukur, sehingga peneliti dan orang lain dapat memahami secara jelas bagaimana variabel tersebut diukur atau diamati."

Definisi Oprasional

VARIABEL	DEFINISI	DIMENSI	INDIKATOR	HASIL	SKALA
Pelayanan Purna Jual (Kotler, 20023)	Untuk mempertahankan dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan setelah penjualan barang atau jasa, perusahaan memberikan layanan perbaikan, dukungan teknis, dan garansi	Pembelian Ulang	Bila anda ingin ganti model frame atau pun ganti lensa akan membeli di Optik Balimas, oleh karena layanan purna jualnya baik ?		
			Apakah menurut anda akan merencanakan untuk datang kembali ke Optik Balimas pada bulan depan ?		
			Bila iya, apakah anda setuju hal ini dikarenakan layanan Optik Balimas sesuai kebutuhan anda ?		

		Konsultasi	Menurut anda, apabila ada masalah dengan kacamata anda dan penglihatan anda Optik Balimas akan memberikan saran dan rekomendasi yang sesuai dengan kebutuhan anda ?		
			Apakah anda setuju hal tersebut diatas dikarenakan penyampaian saran dan rekomendasi, bahasa dan tutur kata karyawan Optik Balimas mudah dipahami dan bahasanya santun ?		
		Rekomendasi	Apakah Optik Balimas akan anda rekomendasikan kepada keluarga dan teman anda oleh karena layanan purna jualnya baik ?		

			Apakah menurut anda, layanan purna jual di Optik Balimas masih perlu ditingkatkan ?		
			Menurut anda kekuatan yang unggul dari layanan purna jual Optik Balimas terletak pada keramahan dan keramahan karyawan di Optik Balimas ?		
			Menurut anda kelemahan layanan purna jual Optik Balimas hampir tidak ada ?		

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Perusahaan atau Organisasi

1. Sejarah Perusahaan

Optik Balimas didirikan oleh Ketut Budhi Suhendra dan Putu Benny Liasa pada tahun 1992 di Jakarta Selatan. Putu Benny Liasa awalnya bekerja dengan bibinya, yang mempunyai usaha dibidang optik. Putu Benny Liasa keluar dari pekerjaan di optik bibinya dan bertekad untuk mempunyai optik sendiri. Lalu dia mengajak temannya Ketut Budhi Suhendra untuk bergabung membuka usaha optik, dan temannya menyetujui usulan Putu Benny Liasa, maka terbentuklah Optik Balimas. Optik Balimas telah berdedikasi pada pelayanan dunia optik selama lebih dari 31 tahun,

2. Visi Misi Perusahaan

Visi Optik Balimas adalah membangun kemitraan yang baik dengan pelanggan untuk berkembang dan berkembang bersama melalui layanan purna jual yang berkelanjutan.

Misi Optik Balimas adalah selalu menjadi yang terbaik dalam melayani pelanggannya.

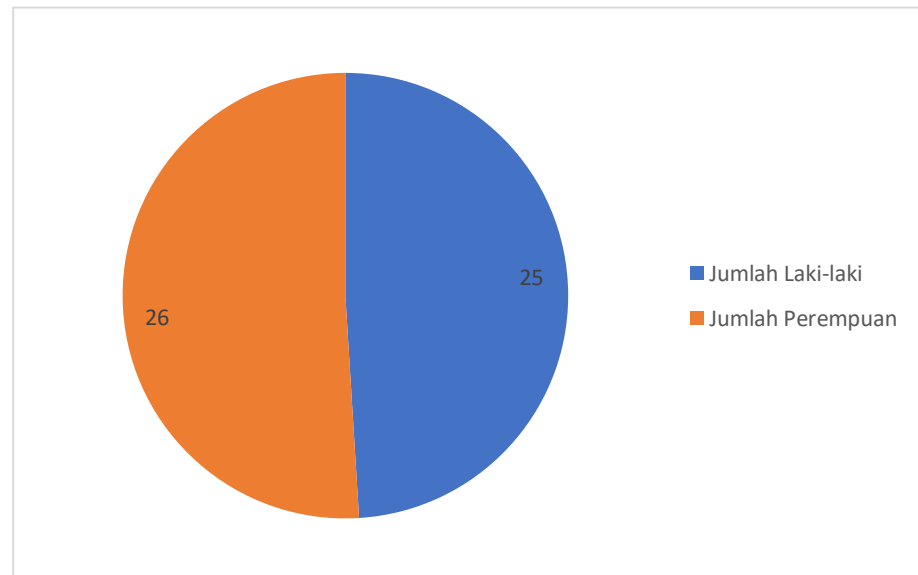
B. Hasil Penelitian

1. Identitas Data Responden

Hasil dari pengumpulan data yang dilakukan melalui kuisioner terstruktur yang disebarkan melalui formulir Google, kami menemukan 53 responden. Data yang kami peroleh telah diverifikasi. Untuk

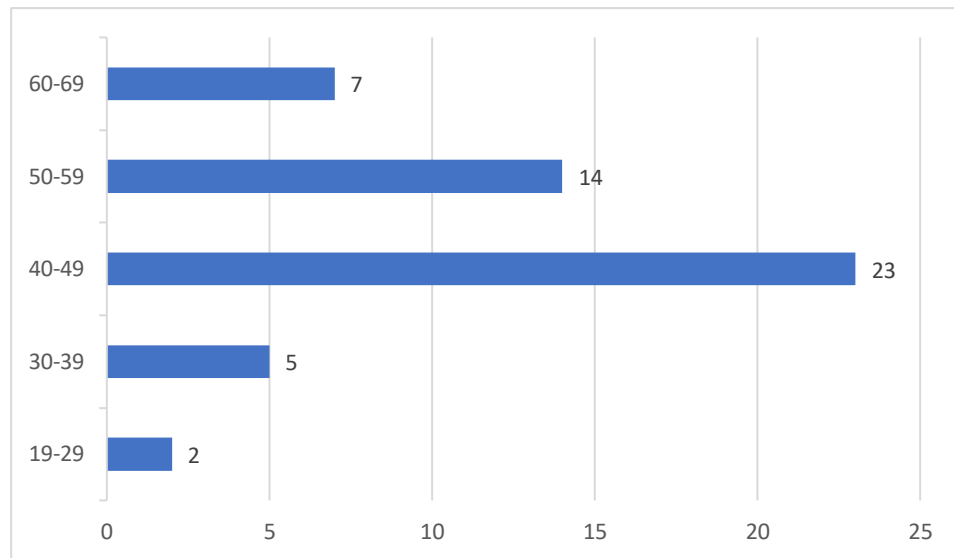
memberikan gambaran tentang sampel penelitian ini, profil responden diamati. Jenis kelamin, usia, dan pertanyaan digunakan untuk menempatkan responden dalam kelompok tertentu.

Berdasarkan jenis kelamin, responden perempuan berjumlah 26 (50,98%) dan responden laki-laki 25 (49,02%). Ini menunjukkan bahwa responden perempuan lebih terlibat dalam penelitian ini daripada responden laki-laki, Namun demikian, responden laki-laki dan perempuan hampir sama. (lihat **Gambar 4.1**)



Gambar 4.1 Jenis Kelamin

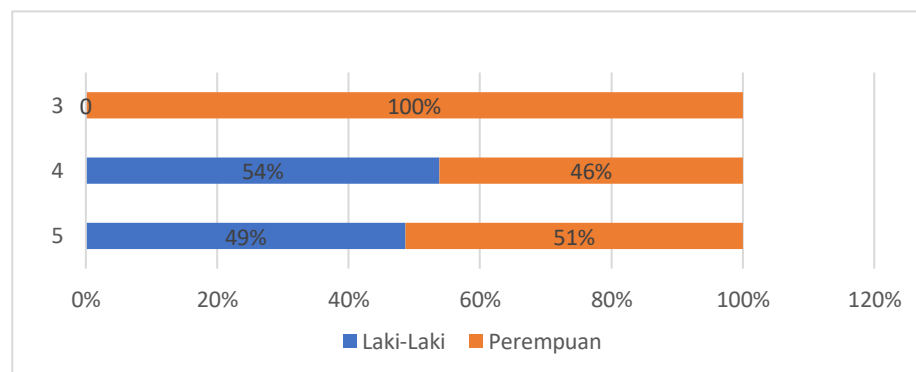
Usia responden berkisar antara 19 dan 78 tahun, menurut data usia kami. (lihat **Gambar 4.2**)



Gambar 4.2 Usia Responden

2. Analisa Data

- a. Bila anda ingin ganti model frame ataupun ganti lensa, apakah anda akan membeli di Optik Balimas lagi, oleh karena layanan purna jualnya baik.

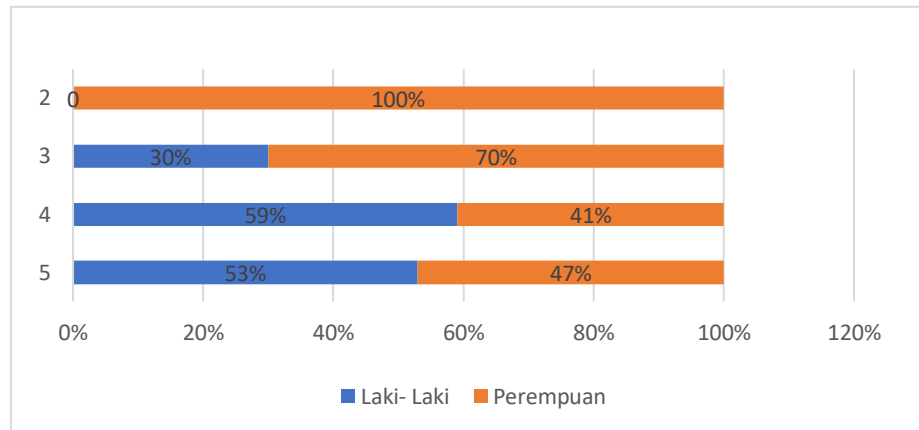


Gambar 4.3 Pertanyaan A

Berdasarkan hasil dekripsi di atas menunjukan bahwa pelanggan mempercayai pelayanan purna jual Optik Balimas yang sangat memadai kebutuhan para pelanggan dengan hasil survey, responden laki-laki 49%

sangat setuju, 54% setuju dan responden perempuan 51% sangat setuju, 46% setuju, 100% kurang setuju.

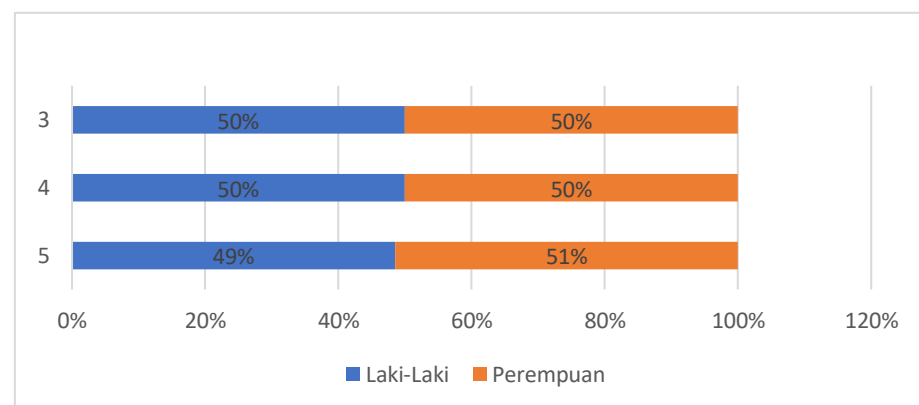
- b. Apakah anda akan merencanakan untuk datang kembali ke Optik Balimas pada bulan depan.



Gambar 4.4 Pertanyaan B

Hasil survei pelanggan menunjukkan bahwa responden laki-laki 53% sangat setuju, 59% setuju, 30% setuju, dan responden perempuan 47% sangat setuju, 41% setuju, 70% kurang setuju, 100% tidak setuju. Dengan demikian koresponden laki-laki lebih senang membeli kacamata daripada koresponden perempuan.

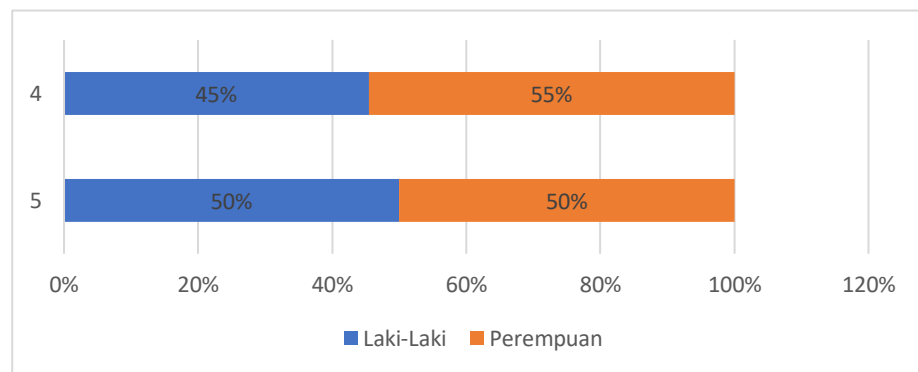
- c. Bila ya, apakah anda setuju hal tersebut dikarenakan layanan Optik Balimas sesuai kebutuhan anda.



Gambar 4.5 Pertanyaan C

Berdasarkan hasil survey pelanggan, koresponden laki-laki 49% sangat setuju, 50% setuju, 50% kurang setuju, dan responden perempuan 51% sangat setuju, 50% setuju, 50% kurang setuju, dengan survey ini menunjukkan bahwa Optik Balimas menyediakan kebutuhan pelanggan menurut kebutuhan yang diinginkan pelanggan dengan jasa dan pelayanan yang sangat baik.

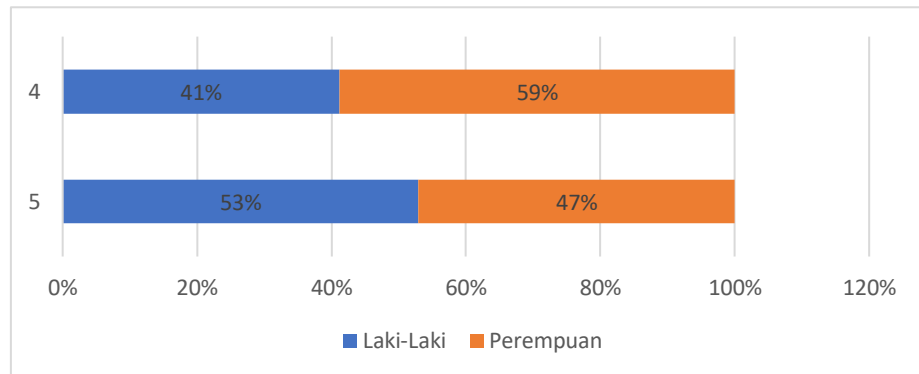
- d. Menurut anda, apabila ada masalah dengan kacamata anda dan penglihatan anda Optik Balimas akan memberikan saran dan rekomendasi yang sesuai dengan kebutuhan anda.



Gambar 4.6 Pertanyaan D

Berdasarkan hasil survey pelanggan,, responden laki-laki 50% sangat setuju, 45% setuju, dan responden perempuan 50% sangat setuju, 55% setuju, dengan hasil di atas menunjukkan bahwa Optik Balimas memberikan saran dan rekomendasi yang sangat memuaskan kepada pelanggan dan pelayanannya baik.

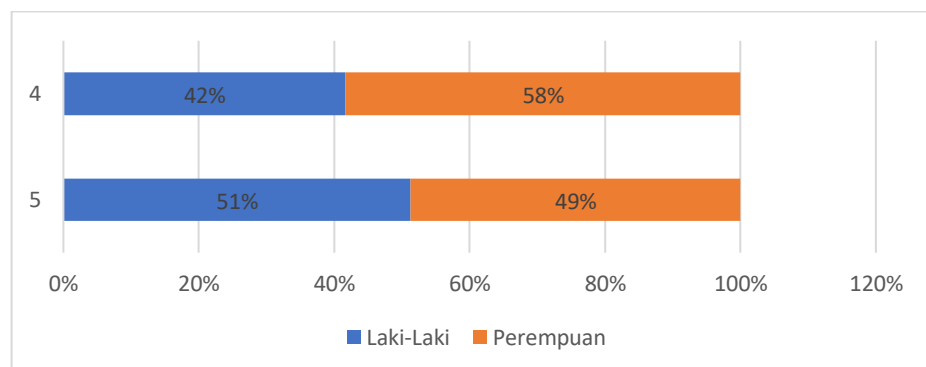
- e. Apakah anda setuju hal tersebut di atas,di karenakan penyampaian saran dan rekomendasi bahasa dan tutur kata karyawan Optik Balimas mudah dipahami dan sikapnya santun.



Gambar 4.7 Pertanyaan E

Berdasarkan hasil survey pelanggan, responden laki-laki 53% sangat setuju, 41% setuju, dan responden perempuan 47% sangat setuju, 59% setuju, dengan hasil tersebut menunjukkan bahwa pelanggan puas terhadap pelayanan Optik Balimas dengan bahasa yang mudah dipahami dan sikap santun kepada pelanggan.

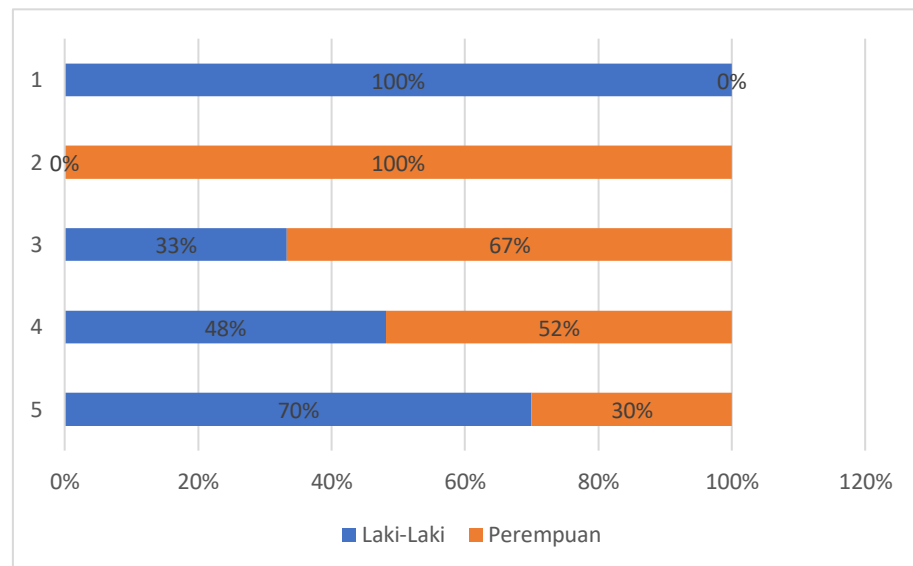
- f. Apakah Optik Balimas akan anda rekomendasikan kepada keluarga dan teman anda,oleh karena layanan purna jualnya baik.



Gambar 4.8 Pertanyaan F

Berdasarkan hasil survey pelanggan, responden laki-laki 51% sangat setuju, 42% setuju, dan responden perempuan 49% sangat setuju, 58% setuju, dengan hasil ini bahwa Optik Balimas memuaskan hati pelanggan dengan pelayanan dan service yang sangat memadai, sehingga para pelanggan merekomendasikan Optik Balimas ke teman dekat maupun saudara.

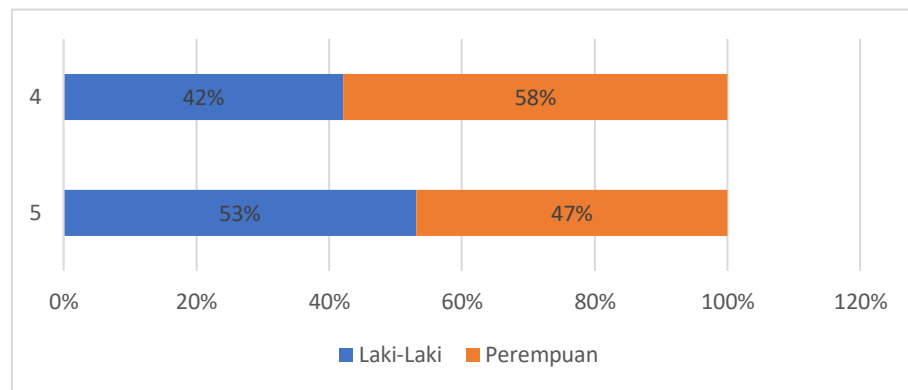
g. Apakah menurut anda layanan purna jual di Optik Balimas masih perlu ditingkatkan.



Gambar 4.9 Pertanyaan G

Hasil survei pelanggan menunjukkan bahwa responden laki-laki 70% sangat setuju, 48% setuju, 33% kurang setuju, 100% sangat tidak setuju, dan responden perempuan 30% sangat setuju, 52% setuju, 67% kurang setuju, 100% tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa perhatian pelanggan Optik Balimas sangat besar terhadap peningkatan dan perbaikan layanan Optik Balimas.

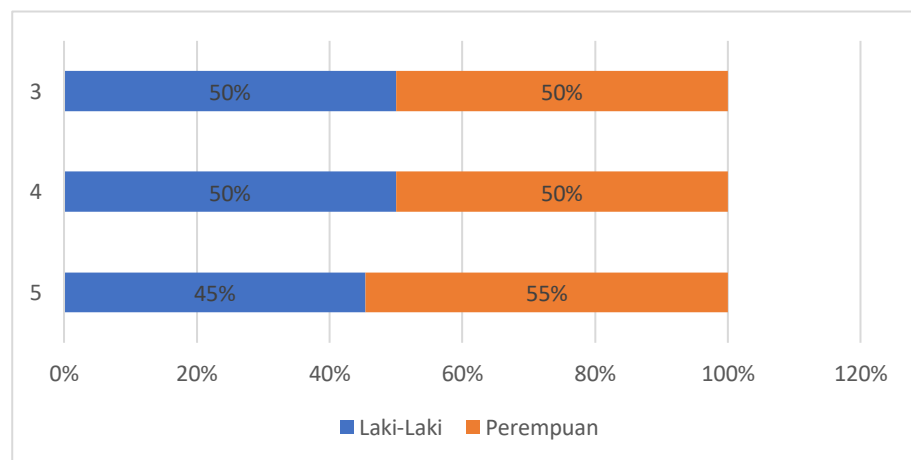
h. Menurut anda, kekuatan yang unggul dari layanan purna jual Optik Balimas terletak pada keramah tamahan karyawan Optik Balimas.



Gambar 4.10 Pertanyaan H

Berdasarkan hasil survey pelanggan, responden laki-laki 53% sangat setuju, 42% setuju, dan responden perempuan 47% sangat setuju, 58% setuju, dengan hasil di atas para pelanggan ikut memperhatikan pelayanan Optik Balimas kepada pelanggannya.

- i. Menurut anda, kelemahan layanan purna jual Optik Balimas hampir tidak ditemukan.



Gambar 4.11 Pertanyaan I

Berdasarkan hasil survey pelanggan, responden laki-laki 45% sangat setuju, 50% setuju, 50% kurang setuju, dan responden perempuan 55% sangat setuju, 50% setuju, 50% kurang setuju. Dengan hasil di atas, para pelanggan puas terhadap pelayanan purna jual Optik Balimas.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Sebagai kesimpulan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis tentang "Gambaran Layan Purna Jual Pada Optik Balimas", dapat disimpulkan bahwa layanan purna jual Optik Balimas sangat baik dengan melihat dari diagram kuesioner yang diisi oleh pelanggan Optik Balimas.

1. Responden perempuan 50.98% dan responden laki-laki 49.02% yang menjawab kuesioner, dan usia yang menjadi responden antara 40 – 49 tahun berjumlah 23 orang.
2. Responden laki-laki 49% dan responden perempuan 51% sangat setuju untuk membeli frame dan lensa di Optik Balimas
3. Responden laki-laki 53% dan responden perempuan 47% sangat setuju untuk kembali membeli kacamata di Optik Balimas pada bulan depan.
4. Responden laki-laki 49% dan responden perempuan 51% sangat setuju untuk pelayanan Optik Balimas yang sesuai dengan kebutuhan.
5. Responden laki-laki 50% dan responden perempuan 50% sangat setuju kalau Optik Balimas memberikan saran dan rekomendasi sesuai dengan kebutuhan
6. Responden laki-laki 53% dan responden perempuan 47% sangat setuju kalau penyampaian saran dan tutur kata karyawan Optik Balimas mudah dipahami dan sikapnya santun.

7. Responden laki-laki 51 dan responden perempuan 49% sangat setuju kalau responden akan merekomendasikan Optik Balimas kepada teman dan keluarga.
8. Responden laki-laki 70% dan responden perempuan 30% sangat setuju kalau pelayanan purna jual Optik Balimas perlu ditingkatkan.
9. Responden laki-laki 53% dan responden perempuan 47% sangat setuju kalau keunggulan dari layanan purna jual Optik Balimas terletak pada keramah tamahan.

B. Saran

Saran yang direkomendasikan oleh penulis dalam Karya Tulis Ilmiah ini :

1. Diharapkan meningkatkan program pelatihan karyawan, menerapkan sistem pengelolaan keluhan pelanggan yang lebih efektif, dan meningkatkan perhatian pada program loyalitas.
2. Diharapkan secara teratur melakukan survei kepuasan pelanggan dan lebih banyak berbicara dengan pelanggan.
3. Diharapkan rekomendasi ini akan membantu Optik Balimas dan bisnis sejenis meningkatkan pengalaman pelanggan dan meningkatkan kualitas purnajual.

DAFTAR PUSTAKA

- Babbie, E. (2010). *The Practice of Social Research (12th ed.)*. Belmont, CA: Wadsworth Cengage.
- Bowen, G. A. (2009). *Document analysis as a qualitative research method*. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40.
- Campbell, D. T., & Stanley, J. C. (1963). *Experimental and Quasi-experimental Designs for Research*. Chicago, IL: Rand McNally.
- Charmaz, K. (2014). *Constructing Grounded Theory (2nd ed.)*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th ed.)*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- DiCicco-Bloom, B., & Crabtree, B. F. (2006). *The qualitative research interview*. *Medical Education*, 40(4), 314-321.
- Emerson, R. M., Fretz, R. I., & Shaw, L. L. (2011). *Writing Ethnographic Fieldnotes (2nd ed.)*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Five Approaches (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Fowler, F. J. (2013). *Survey Research Methods (5th ed.)*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Gravetter, F. J., & Forzano, L.-A. B. (2018). *Research Methods for the Behavioral Sciences (6th ed.)*. Boston, MA: Cengage Learning.
- Grewal, D., Levy, M., & Kumar, V. (2008). *Customer Value and Satisfaction: The Key to Success*. *European Journal of Marketing*, 42(7/8), 703-727.
- Gronroos, C. (2000). *Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach*. Chichester: Wiley.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

- Homburg, C., & Giering, A. (2001). *Personal Characteristics as Moderators of the Relationship Between Customer Satisfaction and Loyalty – An Empirical Analysis*. *Psychology & Marketing*, 18(1), 43-66.
- <https://www.kajianpustaka.com/2021/01/kepuasan-konsumen.html>
- Johnson, B., & Christensen, L. (2014). *Educational Research: Quantitative, Qualitative, and Mixed Approaches (5th ed.)*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Jorgensen, D. L. (1989). *Participant observation: A methodology for human studies (Vol. 15)*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Kerlinger, F. N. (1986). *Foundations of Behavioral Research (3rd ed.)*. Fort Worth, TX: Harcourt Brace College Publishers.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management (11th ed.)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management (12th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management (13th ed.)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Moustakas, S., & Lived Experience, M. (1994). *Phenomenological research methods*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. New York: McGraw-Hill.
- Oliver, R. L. (1999). *Whence Consumer Loyalty?* *Journal of Marketing*, 63, 33-44.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach (7th ed.)*. Chichester, UK: Wiley.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach (7th ed.)*. Chichester, UK: Wiley.

- Trochim, W. M., & Donnelly, J. P. (2006). *The Research Methods Knowledge Base (3rd ed.)*. Cincinnati, OH: Atomic Dog Publishing.
- Yin, R. K. (2017). *Case Study Research and Applications: Design and Methods (6th ed.)*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications
- Yusuf, M. (2015). *Manajemen Pelayanan Purna Jual*. Bandung: Alfabeta.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York: McGraw-Hill.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

KUESIONER

GAMBARAN PELAYANAN PURNA JUAL PADA OPTIK BALIMAS JAKARTA SELATAN 2023

NAMA :

UMUR :

JENIS KELAMIN :

NO TELEPON / HP :

Lingkarilah pada jawaban 5, 4, 3, 2 atau 1

- A. Bila anda ingin ganti model frame ataupun ganti lensa, apakah anda akan beli di Optik Balimas lagi, oleh karena layanan purna jualnya baik.
- (5) Sangat Setuju
 - (4) Setuju
 - (3) Kurang Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (1) Sangat Tidak Setuju
- B. Apakah anda akan merencanakan untuk datang kembali ke Optik Balimas pada bulan depan
- (5) Sangat Setuju
 - (4) Setuju
 - (3) Kurang Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (1) Sangat Tidak Setuju
- C. Bila ya, apakah anda setuju hal tersebut dikarenakan layanan Optik Balimas sesuai kebutuhan anda
- (5) Sangat Setuju
 - (4) Setuju
 - (3) Kurang Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (1) Sangat Tidak Setuju
- D. Menurut anda, apabila ada masalah dengan kacamata anda dan penglihatan anda, Optik Balimas akan memberikan saran dan rekomendasi yang sesuai dengan kebutuhan anda
- (5) Sangat Setuju
 - (4) Setuju
 - (3) Kurang Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (1) Sangat Tidak Setuju
- E. Apakah anda setuju hal tersebut diatas, dikarenakan penyampaian saran dan rekomendasi bahasa dan tutur kata karyawan Optik Balimas mudah dipahami dan sikapnya santun
- (5) Sangat Setuju
 - (4) Setuju
 - (3) Kurang Setuju

- (2) Tidak Setuju
- (1) Sangat Tidak Setuju
- F. Apakah Optik Balimas akan anda rekomendasikan kepada keluarga dan teman anda, oleh karena layanan purna jualnya baik
 - (5) Sangat Setuju
 - (4) Setuju
 - (3) Kurang Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (1) Sangat Tidak Setuju
- G. Apakah menurut anda layanan purna jual di Optik Balimas masih perlu ditingkatkan
 - (5) Sangat Setuju
 - (4) Setuju
 - (3) Kurang Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (1) Sangat Tidak Setuju
- H. Menurut anda, kekuatan yang unggul dari layanan purna jual Optik Balimas terletak pada keramah tamahan karyawan Optik Balimas
 - (5) Sangat Setuju
 - (4) Setuju
 - (3) Kurang Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (1) Sangat Tidak Setuju
- I. Menurut anda, kelemahan layanan purna jual Optik Balimas hampir tidak diketemukan
 - (5) Sangat Setuju
 - (4) Setuju
 - (3) Kurang Setuju
 - (2) Tidak Setuju
 - (1) Sangat Tidak Setuju

Lampiran 2 : Hasil Penelitian

Nama	Umur	Jenis Kelamin	A	B	C	D	E	F	G	H	I
Responden 1	45	L	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden 2	39	P	4	5	5	5	5	4	3	4	4
Responden 3	48	P	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden 4	70	L	5	4	5	5	4	5	3	4	4
Responden 5	46	P	5	5	5	5	5	5	4	5	4
Responden 6	54	P	4	3	4	4	4	4	4	4	4
Responden 7	47	L	5	4	5	4	5	5	4	5	4
Responden 8	46	P	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden 9	47	P	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden 10	52	L	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden 11	46	L	5	5	5	5	5	5	1	5	5
Responden 12	49	L	4	4	4	5	5	5	3	5	4
Responden 13	37	P	5	3	4	5	5	5	4	4	3
Responden 14	30	P	5	2	4	5	4	5	3	4	4
Responden 15	50	P	5	5	5	5	5	5	3	5	5
Responden 16	45	L	5	3	4	5	5	5	4	5	3
Responden 17	77	L	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden 18	60	P	5	4	5	5	5	5	4	4	4
Responden 19	52	P	5	4	5	5	5	5	4	5	4
Responden 20	63	P	5	4	5	5	4	4	4	4	4
Responden 21	50	P	4	3	3	4	4	4	4	4	4
Responden 22	52	P	5	4	5	5	5	5	2	5	4
Responden 23	47	P	5	4	5	5	5	5	5	4	3
Responden 24	48	L	4	4	4	4	5	4	3	4	4
Responden 25	19	L	5	3	3	5	5	5	4	5	4
Responden 26	47	L	5	5	5	5	5	5	4	5	4
Responden 27	46	P	5	5	5	5	5	5	3	5	4
Responden 28	49	P	5	3	5	5	4	5	4	5	5
Responden 29	52	P	4	4	5	5	4	5	4	5	4
Responden 30	54	P	3	3	4	4	4	4	4	5	4
Responden 31	63	P	4	5	5	5	5	4	3	5	4
Responden 32	42	L	4	4	5	5	4	4	4	5	4
Responden 33	41	L	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Responden 34	59	L	5	3	4	5	5	5	4	4	4
Responden 35	54	L	4	4	5	5	4	4	4	4	4
Responden 36	37	L	5	5	5	5	5	5	4	5	3
Responden 37	61	L	5	4	5	5	5	5	4	5	4
Responden 38	72	L	5	4	5	4	4	5	4	4	4
Responden 39	49	L	4	4	5	5	5	5	5	5	4
Responden 40	21	P	5	4	5	5	5	5	3	5	4
Responden 41	56	L	4	4	4	4	4	4	4	5	4

Responden 42	78	L	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Responden 43	63	L	5	4	5	5	5	5	3	4	4
Responden 44	35	P	5	2	5	5	5	5	4	5	5
Responden 45	45	P	5	3	4	5	5	5	3	5	4
Responden 46	42	P	5	4	4	4	4	5	4	4	3
Responden 47	44	L	5	4	4	5	4	5	4	5	3
Responden 48	47	L	5	5	5	5	5	5	5	4	4
Responden 49	48	P	5	3	5	4	4	5	4	4	4
Responden 50	70	L	5	5	5	5	5	5	5	5	4
Responden 51	67	P	5	5	5	5	5	5	3	5	5

Jumlah Laki-laki	25
Jumlah Perempuan	26
Total	51

Umur	Total
19-29	2
30-39	5
40-49	23
50-59	14
60-69	7
	51

Lampiran 3 : Hasil Turnitin

GAMBARAN PELAYANAN PURNA JUAL PADA OPTIK BALIMAS JAKARTA SELATAN 2023

ORIGINALITY REPORT

12%	12%	3%	2%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	id.123dok.com Internet Source	1 %
2	text-id.123dok.com Internet Source	1 %
3	Submitted to LL DIKTI IX Turnitin Consortium Part II Student Paper	1 %
4	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1 %
5	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	1 %
6	www.coursehero.com Internet Source	1 %
7	repository.usd.ac.id Internet Source	<1 %
8	fr.scribd.com Internet Source	<1 %