

**HUBUNGAN KETERSEDIAAN LENSA TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI OPTIK INTERNASIONAL TUBAN TAHUN 2023**

Karya Tulis Ilmiah

Diajukan untuk memenuhi syarat-syarat mencapai jenjang Pendidikan Diploma III

Optometri



Oleh:

Puji Setiyo Ningrum

20115

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

HALAMAN PERSETUJUAN

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

Jakarta, 02 Oktober 2023

Disetujui,

Pembimbing Materi

Pembimbing Teknis

Nova Joko Pamungkas, A.Md.RO., SE., MM

NIDN. 0327117508

Dewi Rahmawati, SE.

NUP. 990323106

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 02 Oktober 2023 dan telah diperbaiki sesuai dengan masukan tim penguji.

Tim Penguji

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

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

Penguji III : Fetrix Livanos, A,Md.RO.,SE.,MM (_____)

HALAMAN PENGESAHAN

Karya tulis ini telah diujikan pada sidang akhir Pendidikan Tinggi Diploma III Optometri, Akademi Refraksi Optisi Leprindo Jakarta pada tanggal 02 Oktober 2023 dan telah diperbaiki sesuai dengan masukan tim penguji.

Jakarta, 02 Oktober 2023

Disetujui,

Pembimbing Materi

Pembimbing Teknis

Nova Joko Pamungkas, A.Md.RO., SE., MM

NIDN. 0327117508

Dewi Rahmawati, SE.

NUP. 990323106

Disahkan,

Direktur

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

NIDN. 319126402

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Puji Setiyo Ningrum
Tempat Tanggal Lahir : Tuban, 04 Februari 1991
Alamat rumah : Jl. Pattimura 19/03, Kromengan, Malang
Agama : Islam
Riwayat Pendidikan :
1. Lulus SDN Sumbersari III Malang, Tahun 2003
2. Lulus SMPN XIII Malang, Tahun 2006
3. Lulus SMK Muhammadiyah II Malang, Tahun 2009
4. Tercatat sebagai mahasiswa ARO LEPRINDO JAKARTA Program Studi DIII
Optometri

Jakarta, 02 Oktober 2023



Puji Setiyo Ningrum

KATA PENGANTAR

Puji syukur disampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Karena atas segala rahmat, berkat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah yang berjudul **HUBUNGAN KETERSEDIAAN LENSA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI OPTIK INTERNASIONAL TUBAN TAHUN 2023** sebagai syarat untuk mencapai jenjang pendidikan Diploma III Optometri di Akademi Refraksi Optisi Leprindo Jakarta.

Dengan adanya keterbatasan-keterbatasan yang dimiliki oleh penulis, seperti pemahaman ilmu, waktu, tenaga serta biaya dalam menyelesaikan karya tulis ilmiah ini, maka tentunya penulis dibantu beberapa pihak yang memberikan dukungan melalui bimbingan, pengarahan serta hal positif lainnya. Hal ini mampu memberikan semangat kepada penulis untuk terus melakukan perbaikan dalam membenahi kekurangan dalam penyusunan karya tulis ilmiah.

Dalam kesempatan yang istimewa ini, dengan hati yang tulus dan rendah, saya sebagai penulis ingin mengucapkan rasa syukur dan terimakasih yang sangat besar kepada:

1. Ibu Dian Leila Sari, A.Md.RO., S.Pd., M.Kes selaku Direktur Akademi Refraksi Optisi Leprindo.
2. Bapak Nova Joko Pamungkas, A.Md.RO., SE., MM selaku dosen pembimbing materi yang meluangkan waktu untuk membantu saya menyelesaikan materi karya tulis ilmiah.
3. Ibu Dewi Rahmawati S.E. selaku dosen pembimbing teknis yang tak lelah memberikan semangat, bimbingan, dan koreksi yang positif sehingga karya tulis ilmiah ini menjadi lebih baik sesuai kaidah keilmuan penulisan.
4. Seluruh jajaran staff ARO Leprindo yang memberikan dukungan sehingga penelitian ini bisa berjalan.
5. Pimpinan dan staff Optik Internasional Tuban yang telah memberikan izin sehingga penelitian ini berjalan dari awal hingga akhir.
6. Seluruh responden yang bersedia berpartisipasi dalam penelitian.
7. Kedua orang tua dan suami tercinta serta anak-anak atas semua doa,

memberikan semangat dan dukungan selama proses penulisan karya tulis ilmiah ini.

8. Seluruh rekan mahasiswa di Akademi Refraksi Optisi Leprindo. Terutama angkatan 43 kelas Sidoarjo sebagai rekan berdiskusi, belajar, serta selalu bersama dalam kesenangan maupun kesulitan selama menempuh pendidikan.

Tentunya dalam penulisan karya tulis ilmiah ini, saya menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati, saya berharap tetap diberikan saran dan kritik membangun baik dari segi penulisan maupun materi. Akhir kata, semoga karya tulis ilmiah ini bermanfaat dalam meningkatkan pengetahuan dan informasi bagi saya maupun pembaca semuanya.

Tuban, 02 Oktober 2023

Puji Setiyo Ningrum

ABSTRAK

Ketersediaan lensa sangat penting dalam mencapai kepuasan pelanggan. Hal ini merujuk pada ketersediaan dan jumlah stok lensa yang tersedia di optik. Ketersediaan lensa cukup penting untuk memastikan bahwa pelanggan dapat memperoleh lensa yang mereka butuhkan dengan mudah dan memenuhi kebutuhan penglihatan mereka.

Penelitian ini bersifat kuantitatif melalui distribusi frekuensi. Penelitian menggunakan teknik *non probability sampling* dan metode pengambilan sampel dengan cara *accidental sampling*. Metode penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas mengacu pada situasi dimana siapapun yang kebetulan bertemu peneliti dan berkarakteristik.

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara ketersediaan lensa dan kepuasan pelanggan. Jumlah sampel akhir adalah 50 pelanggan di Optik Internasional Tuban dengan kriteria pelanggan yang membeli kacamata lengkap maupun lensa saja dan bersedia menjadi responden. Jenis kelamin perempuan sebesar 66% dan laki-laki sebesar 34%. Hasil diperoleh bahwa hubungan ketersediaan lensa terhadap kepuasan pelanggan sebesar 60,7% dan sisanya sebesar 39,3% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Ketersediaan, tingkat kepuasan, pelanggan

ABSTRACT

Lens availability is very important in achieving customer satisfaction. This refers to the availability and number of stock lenses available at the optician. Lens availability is important to ensure that customers can get the lenses they need easily and meet their vision needs.

This research is quantitative through frequency distribution. The research uses non-probability sampling techniques and the sampling method is accidental sampling. The sampling method based on spontaneity refers to a situation where anyone happens to meet the researcher and has characteristics.

The research results show a significant relationship between lens availability and customer satisfaction. The final sample size was 50 customers at Optik Internasional Tuban with the criteria of being customers who bought complete glasses or lenses only and were willing to be respondents. Female gender is 66% and male 34%. The results showed that the relationship between lens availability and customer satisfaction was 60,7% and the remaining 39,3% was influenced by other factors not studied.

Keywords: Availability, level of satisfaction, customer

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Pembatasan Masalah	3
D. Tujuan Penelitian	3
E. Manfaat Penelitian	3
1. Manfaat Teoritis	3
2. Manfaat Praktis	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Landasan Teori.....	5
1. Ketersediaan.....	5
2. Lensa.....	6
3. Kepuasan Pelanggan.....	15
B. Kerangka Teori	19
C. Kerangka Konsep.....	20
D. Hipotesis	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	21
A. Jenis Penelitian.....	21
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	21
C. Populasi dan Sampel	22
D. Sumber Data	22
E. Teknik Pengambilan Sampel	22
F. Analisis Data.....	23
G. Uji Instrumen	24
1. Uji Validitas	24
2. Uji Reliabilitas	24
3. Uji Normalitas.....	24

4. Uji Regresi Linear Sederhana	24
H. Uji Hipotesis	25
I. Definisi Operasional.....	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	27
A. Sejarah dan Perkembangan Optik Internasional	27
1. Sejarah Perusahaan.....	27
2. Visi dan Misi Optik Internasional	29
3. Struktur Organisasi Optik Internasional	29
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan	30
1. Analisa Deskriptif	30
2. Analisa Data.....	33
BAB V PENUTUP	41
A. Kesimpulan.....	41
B. Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA.....	43
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Ketersediaan Lensa Stok.....	13
Tabel 2.2	Penjualan Lensa Stok.....	14
Tabel 3.1	Definisi Operasional	26
Tabel 4.1	Skor tertinggi dan skor terendah	30
Tabel 4.2	Statistik	30
Tabel 4.3	Jenis Kelamin Responden	30
Tabel 4.4	Usia Responden.....	31
Tabel 4.5	Pekerjaan Responden.....	32
Tabel 4.6	Variabel Ketersediaan Lensa	34
Tabel 4.7	Perbandingan Rxy dan r tabel Variabel X	34
Tabel 4.8	Variabel Kepuasan Pelanggan.....	35
Tabel 4.9	Perbandingan Rxy dan r hitung Variabel Y	35
Tabel 4.10	Reliability Variable Ketersediaan Lensa	37
Tabel 4.11	Reliability Variable Kepuasan Pelanggan	37
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	37
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas.....	38
Tabel 4.14	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	39
Tabel 4.15	Hasil Uji Regresi Linier Anova.....	39
Tabel 4.16	Hasil Uji Hipotesis	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	<i>Design</i> Lensa Progresif	7
Gambar 2.2	<i>Design</i> Lensa <i>Executive</i>	8
Gambar 2.3	<i>Design</i> Lensa <i>Flattop</i>	9
Gambar 2.4	<i>Design</i> Lensa <i>Kryptok</i>	9
Gambar 2.5	<i>Design</i> Lensa <i>Curve Top</i>	10
Gambar 2.6	<i>Design</i> Lensa <i>Single Vision</i>	11
Gambar 2.7	Titik Jatuh Bayangan Lensa SV. Positif	11
Gambar 2.8	Titik Jatuh Bayangan Lensa SV. Negatif	12
Gambar 2.9	Perbedaan Titik Jatuh Bayangan pada Lensa	12
Gambar 2.10	Kerangka Teori	19
Gambar 2.11	Kerangka Konsep	20
Gambar 4.1	Gambaran Optik Internasional Tuban	28
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Optik Internasional	29

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Indonesia merupakan negara dengan prevalensi gangguan penglihatan dan kebutaan tertinggi kedua di dunia setelah Ethiopia (Kemenkes RI, 2017). Data menyebutkan bahwa hasil survei *Rapid Assesment Of Avoidable Blindness* (RAAB) 2014-2016 melaporkan prevalensi kebutaan di negara ini sebesar 3%. Menurut perwakilan dari Perhimpunan Dokter Spesialis Mata Indonesia (Perdami) berdasarkan populasi pada tahun 2017 diperoleh 8 juta orang memiliki problem penglihatan. Sejumlah 1,6 juta tunanetra ditambah 6,4 juta orang dengan problem penglihatan ringan hingga berat.

Penglihatan yang baik sangat penting bagi kehidupan sehari-hari, terutama dalam era modern yang sangat bergantung pada teknologi dan aktivitas visual. Berdasarkan kondisi tersebut, Optik Internasional sebagai perusahaan *retail*acamata melihat peluang penjualanacamata dan bisa memenuhi kebutuhanacamata terutama untuk pasien yang membutuhkanacamata segera bisa terpakai. Optik Internasional perlu menyediakan berbagai jenis lensa yang dapat dipakai untuk mengkoreksi kelainan refraksi maupun hanya sebagai pelindung dari sinar radiasi gadget, sebagai anti silau matahari dan juga sebagai pelengkap penampilan saja. Hal ini bertujuan memberikan kualitas terbaik kepada pelanggan agar mereka dapat menikmati penglihatan yang optimal, sehingga pelanggan akan merasa puas.

Ketersediaan lensa merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk berusaha menyediakan lensa dalam jumlah yang memadai dan dapat diakses oleh pelanggan. Hal ini mencakup ketersediaan fisik lensa ditempat penjualan. Ketersediaan lensa yang baik sangat penting dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dan memastikan bahwa produk lensa dapat dibeli dengan mudah dan cepat. Ketersediaan lensa yang buruk dapat mengakibatkan kehilangan penjualan, kekecewaan pelanggan dan merusak reputasi merek atau perusahaan. Oleh karena itu, manajemen ketersediaan produk menjadi faktor penting dalam strategi pemasaran dan operasional perusahaan.

Dalam menjaga kepuasan pelanggan, faktor-faktor seperti nilai, rasa, harga, ketersediaan lensa, dan tahapan pelayanan perlu dipertimbangkan. Ketersediaan lensa merupakan aset bisnis yang disimpan dan dijual untuk mendapatkan keuntungan. Memiliki ketersediaan lensa yang cukup merupakan hal penting untuk menghadapi *fluktuasi* permintaan pelanggan yang sulit diprediksi. Ketersediaan berfungsi sebagai langkah antisipasi jika terjadi peningkatan permintaan, sehingga perusahaan dapat memenuhi permintaan pelanggan dan memastikan kepuasan mereka. Jika produk tidak tersedia ketika permintaan meningkat, hal ini dapat mengakibatkan kekecewaan bagi pelanggan dan menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Namun dengan adanya ketersediaan lensa yang cukup, perusahaan tetap dapat memenuhi permintaan pelanggan dan memastikan bahwa mereka memperoleh lensa yang mereka butuhkan dengan mudah. Hal ini penting dilakukan guna menjaga kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik mengambil judul penelitian tentang **HUBUNGAN KETERSEDIAAN LENSA TERHADAP**

KEPUASAN PELANGGAN DI OPTIK INTERNASIONAL TUBAN TAHUN 2023.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

Apakah terdapat hubungan antara ketersediaan lensa terhadap kepuasan pelanggan di Optik Internasional Tuban tahun 2023?

C. Pembatasan Masalah

Penelitian dalam penyusunan karya tulis ini dibatasi oleh pelanggan yang membeli kacamata lengkap maupun lensa saja yang ditemui oleh penulis. Pengambilan data penelitian dimulai dari bulan Maret – Mei tahun 2023 di Optik Internasional Tuban.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah mengetahui hubungan ketersediaan lensa terhadap kepuasan pelanggan di Optik Internasional Tuban tahun 2023.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini sebagai referensi keilmuan bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian mengenai manajemen optik. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan atau mengonfirmasikan temuan dari

penelitian-penelitian sebelumnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian diharapkan bisa memberi ilmu dan kompetensi profesi yang diwujudkan pada praktek kerja lapangan secara profesional.

b. Bagi Masyarakat

Masyarakat memperoleh edukasi dari penelitian ini tentang pentingnya ketersediaan barang stok terhadap kepuasan pelanggan.

c. Bagi Optik Internasional Tuban

Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi berharga dan menjadi sumber masukan serta refleksi bagi perusahaan, sehingga perusahaan mampu meningkatkan pelayanan dan kepuasan pelanggan. Dengan begitu penjualan di Optik Internasional Tuban dapat meningkat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Ketersediaan

a. Definisi Ketersediaan

Menurut KBBI, ketersediaan berasal dari kata dasar sedia, kata sedia ini berasal dari kata nomina (kata benda). Ketersediaan mengacu pada sejauh mana suatu sarana, termasuk barang, tenaga, modal atau anggaran yang siap digunakan atau dilaksanakan dalam jangka waktu tertentu. Konsep ketersediaan menggunakan tiga parameter (Fajri, 2006:40):

- 1) Jenis-jenis yang ada dapat memenuhi kebutuhan.
- 2) Jumlah yang ada dapat memenuhi kebutuhan yang ada.
- 3) Sesuatu tersedia dengan tepat waktu.

Tujuan utama manajemen ketersediaan adalah menentukan jumlah pasti barang dagangan yang akan disimpan. Sedangkan manfaat dari manajemen ketersediaan adalah:

- 1) Mempermudah untuk mengetahui persediaan barang.
- 2) Mengurangi resiko keterlambatan pengiriman.
- 3) Mampu mengantisipasi perubahan permintaan secara mendadak.

b. Indikator Ketersediaan

Tingkat ketersediaan produk melibatkan banyaknya jenis produk dan jumlah stok yang ada di pasar. Indikator kelengkapan produk mencakup beberapa aspek, yaitu:

- 1) Macam-macam barang yang ditawarkan.
- 2) Nama-nama barang yang tersedia.
- 3) Rentang ukuran produk lengkap tersedia.
- 4) Kelengkapan produk unggulan yang diberikan dalam berbagai bentuk.

2. Lensa

a. Definisi Lensa

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, lensa didefinisikan sebagai kaca bulat melengkung. Menurut Fisikabc (2017) pengertian lensa adalah objek tembus cahaya yang terdiri dari dua permukaan lengkung. Persejajaran dua permukaan lengkung ini bisa berupa silindris atau bola. Lensa silindris berfungsi untuk menjadikan fokus cahaya yang datang dari sumber titik yang jauh dalam sebuah baris kesejajaran. Sementara lensa berbentuk bola melengkung kesegala penjuru dan mengarahkan sumber cahaya dari yang jauh ke satu fokus.

Lensa dibagi menjadi 2 jenis berdasarkan proses produksinya, yaitu lensa stok (*finished*) dan lensa gosok (RX). Lensa stok adalah lensa yang mampu diproduksi pabrik secara massal, kemudian didistribusikan ke optik sehingga bisa langsung dijual kepada para pelanggan.

Lensa gosok adalah lensa yang proses produksinya hanya akan dilakukan sesuai permintaan optik berdasarkan ukuran dan kebutuhan pelanggan. Dikarenakan hal tersebut lensa gosok disebut sebagai lensa *indent*. Namun pihak optik juga bisa menyediakan lensa gosok dengan kriteria ukuran tertentu yang bisa disediakan secara langsung tanpa *indent*.

Ada beberapa pilihan jenis lensa untuk membantu mengoreksi

kelainan refraksi pada mata, diantaranya adalah:

1). Lensa progresif

Lensa progresif adalah lensa multifokus yaitu lensa yang digunakan untuk melihat jarak jauh, sedang, dan dekat tanpa batas. Lensa progresif memiliki *design* dan koreksi membuat seluruh permukaan lensa terlihat rata tanpa batas. Titik fokus jauhnya berada di bagian atas lensa, sedangkan untuk titik fokus sedang ada dibagian tengah bagian lensa dan titik fokus dekatnya berada di bagian bawah lensa.

Kelebihan lensa ini pengguna cukup praktis dengan satu kacamata yang bisa mengkoreksi semua kebutuhan refraksi jauh, sedang dan dekat. Kekurangan lensa ini biasanya pengguna kesulitan beradaptasi karena adanya distorsi pada bagian tepi lensa. Selain itu lensa progresif juga lebih mahal jika disbanding lensa jenis lain.



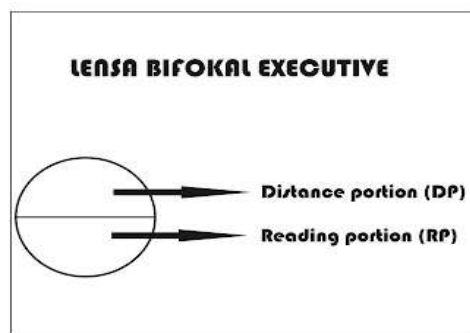
Gambar 2.1
Design Lensa Progresif

2). Lensa bifokus

Lensa bifokus berdasarkan segmennya terdiri dari:

a) Lensa *Executive*

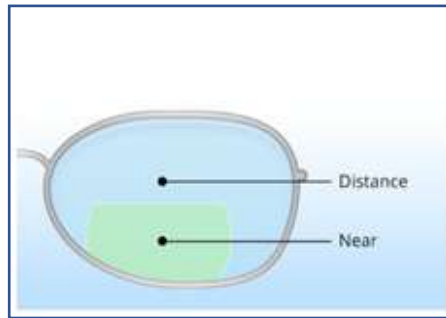
Lensa ini memiliki luas pandang untuk jarak dekat sangat luas, titik fokusnya dapat diletakkan sesuai posisi yang diinginkan karena memiliki *image jump* yang kecil. Namun lensa ini kurang menarik dikarenakan lensa langsung membelah menjadi dua bagian, yaitu *distance portion* dan *reading portion*. Lensa ini juga tidak dapat digunakan untuk lapang pandang menengah atau sedang.



Gambar 2.2
Design Lensa Executive

b) Lensa *Flattop*

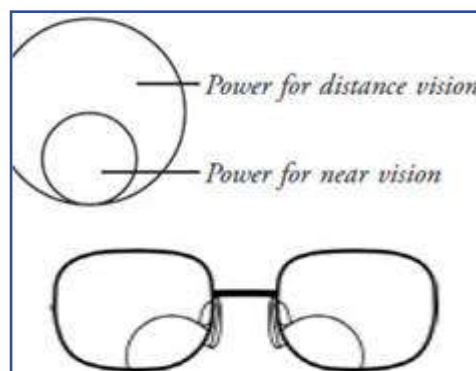
Kelebihan pada lensa ini terletak pada area pandang jauh yang lebih luas dibandingkan lensa *executive*, *design* lensa ini lebih disarankan untuk penderita *myopia* tinggi. Kekurangan lensa ini tidak nyaman untuk penderita *hypermetropia* dikarenakan lapang pandang jarak dekatnya lebih sempit. Terdapat *image jump* saat perpindahan jarak jauh ke jarak dekat.



Gambar 2.3
Design Lensa Flattop

c) Lensa *Kryptok*

Kelebihan dari lensa ini yaitu *image jump* yang jauh berkurang karena segmen sudah lebih kecil dibandingkan lensa bifokus *executive*. Lensa ini cocok untuk penderita *hypermetropia* tinggi. Kekurangan lensa ini terdapat *image jump* saat pergantian jarak baca dan jauhnya.

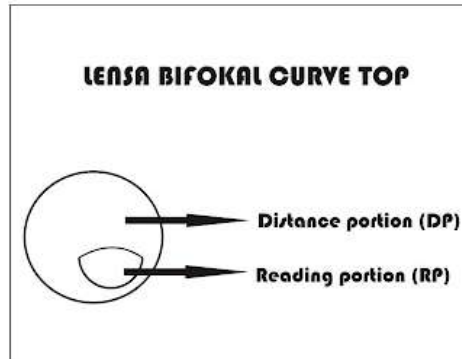


Gambar 2.4
Design Lensa Kryptok

d) Lensa *Curvetop*

Kelebihan lensa ini memiliki area pandang jauh yang lebih luas, namun kekurangan lensa *curvetop* terletak pada area pandang dekat lebih kecil daripada *flattop*. Lensa ini tidak disarankan untuk

pengguna jarak menengah dikarenakan hanya memiliki jarak jauh dan dekat saja.



Gambar 2.5
Design Lensa Curve Top

3). Lensa *Single vision*

Lensa *single vision* adalah lensa dengan satu titik fokus, biasanya bagi pengguna dengan usia kurang dari 40 tahun lensa bisa digunakan untuk semua jarak pandang, namun untuk pengguna usia lebih dari 40 tahun hanya bisa digunakan satu fokus saja, yaitu untuk jarak jauh atau jarak dekat saja. Untuk keterangan lebih lengkap diuraikan pada definisi *single vision*.

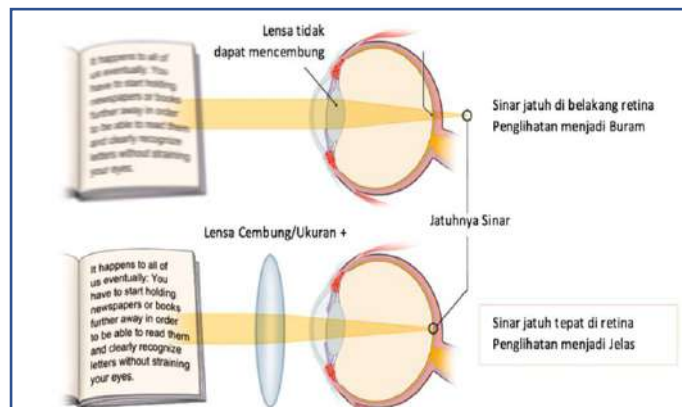
Single vision lens disebut juga lensa tunggal karena hanya memiliki satu fokus pandangan. Menurut Klinik Mata Nusantara (2019), lensa ini berfungsi hanya memperbaiki penglihatan untuk satu fokus penglihatan saja.



Gambar 2.6
Design Lensa Single Vision

Berdasarkan kekuatan lensa *single vision* dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

- a) Lensa *single vision* positif, lensa ini berbentuk cembung biasanya digunakan untuk mengatasi gangguan penglihatan *hypermetropia* dan presbiopia. Lensa ini memfokuskan bayangan yang semula jatuh dibelakang retina kemudian difokuskan tepat pada retina.



Gambar 2.7
Titik Jatuh Bayangan Lensa SV. Positif

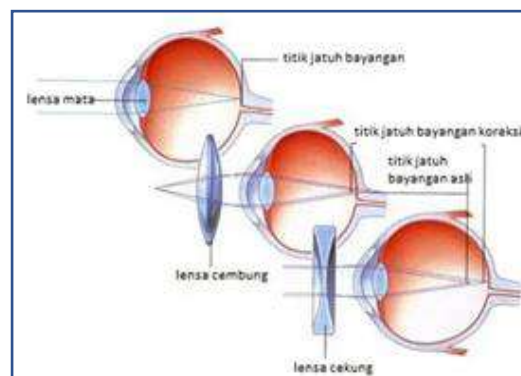
- b) Lensa *single vision* negatif, lensa ini berbentuk cekung yang digunakan untuk mengatasi gangguan penglihatan rabun jauh (*myopia*). Lensa ini memfokuskan bayangan yang semula jatuh

didepan retina kemudian difokuskan tepat pada retina.



Gambar 2.8
Titik Jatuh Bayangan Lensa SV. Negatif

c) Lensa *single vision cylinder*, lensa ini berfungsi membantu penglihatan dengan gejala berbayang atau *astigmatisma*. Gangguan ini terjadi karena kelengkungan bola mata dan tidak rata menyebabkan fokus cahaya yang masuk kedalam mata tidak bisa terfokus.



Gambar 2.9
Perbedaan Titik Jatuh Bayangan pada Lensa

Berdasarkan paparan diatas, ketersediaan lensa merujuk pada ketersediaan dan jumlah stok lensa yang tersedia di optik. Hal ini mencakup variasi jenis lensa dan ukuran yang ditawarkan, apakah fisik

lensa tersebut tersedia untuk langsung dibeli oleh pelanggan dan proses pengerjaan kacamatanya bisa cepat selesai atau bisa ditunggu pelanggan. Ketersediaan lensa cukup penting untuk memastikan bahwa pelanggan dapat memperoleh lensa yang mereka butuhkan dengan mudah demi memenuhi kebutuhan penglihatan baik dari sisi perlindungan maupun pelengkap penampilan mereka. Berbagai jenis dan ukuran lensa stok yang tersedia di Optik Internasional Tuban terdapat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2.1
Ketersediaan Lensa Stok

No	Jenis	Merek	Harga	Spheris	Cylinder	Qty
1.	<i>Single vision</i>	<i>Option HMC</i>	Rp 400.000	Plano s/d - 7.00	-0.25 s/d - 2.00	160
				+0.25 s/d +5.00	-	50
		<i>Ibrillen HMC</i>	Rp 550.000	Plano s/d - 6.00	-0.25 s/d - 2.00	150
				+0.25 sd +3.00	-	30
		<i>Ibrillen UV Blue</i>	Rp 850.000	Plano s/d -600	-0.25 s/d - 2.00	345
		<i>Ibrillen Bluecrom</i>	Rp 1.150.000	Plano s/d - 3.00	-	60
		<i>Ibrillen Anti fog</i>	Rp 1.050.000	Plano s/d - 4.00	-0.25 s/d - 1.00	70
2.	Bifokus	<i>Comfort Kriptok HMC</i>	Rp 550.000	+0.50 s/d +3.00 -0.50 s/d - 3.00 Add +1.00 s/d +3.00	-	100
3.	Progresif	<i>Ibrillen Progressive</i>	Rp 950.000	Plano Add +1.00 s/d +3.00	-	24
		<i>IO Flash UV blue (gosok)</i>	Rp 1.150.000	Plano Add +1.00 s/d +2.50	-	24
					Total	956

Tabel 2.2
Penjualan Lensa Stok

No	Periode	Jenis Lensa	Merek	Jumlah /PCS
1.	Maret 2023	<i>Single Vision</i>	<i>Option HMC</i>	32
			<i>Ibrillen HMC</i>	15
			<i>Ibrillen UV Blue</i>	50
			<i>Ibrillen Bluecrom</i>	12
			<i>Ibrillen Anti fog</i>	10
		Bifokus	<i>Comfort Kriptok Hmc</i>	15
		Progresif	<i>Ibrillen Progressive</i>	6
			<i>IO Flash UV Blue</i>	6
			Total	146
2.	April 2023	<i>Single Vision</i>	<i>Option HMC</i>	15
			<i>Ibrillen HMC</i>	22
			<i>Ibrillen UV Blue</i>	79
			<i>Ibrillen Bluecrom</i>	2
			<i>Ibrillen Anti fog</i>	0
		Bifokus	<i>Comfort Kriptok Hmc</i>	8
		Progresif	<i>Ibrillen Progressive</i>	4
			<i>IO Flash UV Blue</i>	4
			Total	134
3.	Mei 2023	<i>Single Vision</i>	<i>Option HMC</i>	28
			<i>Ibrillen HMC</i>	20
			<i>Ibrillen UV Blue</i>	86
			<i>Ibrillen Bluecrom</i>	6
			<i>Ibrillen Anti fog</i>	4
		Bifokus	<i>Comfort Kriptok Hmc</i>	8
		Progresif	<i>Ibrillen progressive</i>	2
			<i>IO Flash UV Blue</i>	4
			Total	158

Berdasarkan tabel 2.1 dan tabel 2.2 penjualan lensa terbanyak adalah lensa *single vision Ibrillen UV Blue* sebanyak 86 pcs pada bulan mei 2023, sedangkan jumlah stok lensa *single vision Ibrillen UV Blue* sebanyak 300 pcs. Dari data tersebut bisa disimpulkan bahwa lensa *single vision Ibrillen UV Blue* merupakan produk unggulan dan ketersediaan lensa ini di Optik Internasional Tuban cukup untuk memenuhi kebutuhan pelanggan setiap bulannya.

3. Kepuasan Pelanggan

a. Definisi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan yang dilihat dari sudut pandang pelanggan adalah tentang pengalaman yang dirasakan pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan harapan mereka. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya (Kotler&Keller : 2009).

Kepuasan pelanggan hanya dapat ditentukan berdasarkan pengalaman yang mereka miliki selama proses penyampaian layanan karena merupakan penilaian khusus terhadap semua layanan yang ditawarkan oleh penyedia layanan.

Kepuasan konsumen adalah perasaan yang muncul dari dalam diri konsumen setelah membandingkan hasil kinerja suatu produk atau jasa dengan harapannya. Perasaan tersebut timbul setelah konsumen menggunakan produk atau jasa tersebut. Kepuasan yang dirasakan dapat berdampak pada keinginan konsumen untuk menggunakan kembali jasa atau produk yang sama (Kotler& Susanto :1999).

Kepuasan pelanggan adalah ukuran yang digunakan oleh pelanggan untuk membandingkan antara harapan yang dimiliki dengan apa yang telah diperoleh. Namun, jika tingkat yang diperoleh tidak memuaskan harapan pelanggan, mereka akan tidak bahagia. Ini merupakan kesimpulan yang dapat diambil dari definisi diatas.

b. Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan

Apa saja elemen yang mempengaruhi rasa kepuasan pelanggan:

1) Nilai

Nilai dapat dipahami sebagai evaluasi komprehensif terhadap keunggulan suatu produk, berdasarkan penilaian konsumen terhadap apapun yang mereka terima dari produk dan apa yang ditawarkannya.

2) Keunggulan bersaing

Keunggulan produk atau jasa terdapat dikeunikan yang dimiliki oleh produk atau jasanya, serta pada kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

3) Tanggapan Pelanggan

Adalah proses seseorang melakukan pemilihan, pengorganisasian juga penafsiran terhadap rangsangan yang dia terima melalui inderanya sehingga membentuk makna.

4) Harga

Harga dibawah standart dapat membuat orang berpikir bahwa produk tidak berkualitas. Pembeli juga mungkin akan ragu untuk mempercayai penjualnya jika harga terlalu rendah. Sebaliknya, harga yang tinggi dapat membuat orang berpikir bahwa barang itu baik.

5) Rasa

Pelanggan akan mengabaikan cacat produk jika produk tersebut memiliki reputasi positif, namun hal ini tidak berlaku untuk kekeliruan yang mungkin terjadi dimasa mendatang.

6) Tahapan Pelayanan

Para pelanggan akan mengukur dan mengevaluasi kualitas pelayanan yang diberikan berdasarkan persepsi mereka terhadap faktor-faktor

seperti kecepatan, akurasi, kejelasan, kesopanan dan kesesuaian dengan harapan mereka. Kualitas pelayanan yang baik akan memenuhi harapan pelanggan akan meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Ini menekankan pentingnya bagi organisasi untuk memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan mereka serta layanan yang dapat diandalkan dan berkualitas tinggi.

7) Situasi Pelayanan

Hubungan apa yang dimiliki situasi layanan dengan keadaan pelanggan internal yang berdampak pada kinerja layanan, yang ditentukan oleh layanan dan lingkungan fisik dimana layanan diberikan.

8) Tingkat Ketertarikan Pelanggan

Tingkat ketertarikan pelanggan dijelaskan sebagai pendapat konsumen yang akan digunakan sebagai standart untuk mengevaluasi kinerja barang atau jasa sebelum mereka menggunakannya atau membelinya.

c. Manfaat Kepuasan Pelanggan

Beberapa keuntungan spesifik dari kepuasan pelanggan untuk bisnis

- 1) Pengaruh positif pada retensi pelanggan.
- 2) Potensi untuk menghasilkan uang di masa depan, terutama melalui pembelian kembali, *upselling*, dan *cross-selling*.

d. Indikator Kepuasan Pelanggan

Indikator kepuasan pelanggan adalah faktor-faktor yang digunakan untuk mengukur sejauh mana pelanggan merasa puas akan produk maupun jasa yang diperoleh dari perusahaan. Tjiptono (2011:453) menyatakan bahwa indikator kepuasan pelanggan antara lain :

1) Kepuasan pelanggan keseluruhan

Pelanggan ditanya seberapa puas dengan produk atau jasa. Tingkatan kepuasan ini dapat dinilai dengan menanyakan secara langsung seberapa puas konsumen terhadap produk atau jasa tersebut digunakan. Ada metode untuk menentukan seberapa puas konsumen menggunakan barang atau jasa perusahaan yaitu dengan membandingkan barang atau jasa milik kompetitor lainnya.

2) Dimensi kepuasan pelanggan

Mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan dan meminta pelanggan menilai produk atau jasa berdasar item spesifik seperti kecepatan dan fasilitas pelayanan.

3) Konfirmasi harapan

Kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian dan ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk.

4) Minat pembelian ulang

Kepuasan pelanggan diukur berdasar perilaku dengan jalan menanyakan pelanggan apakah akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

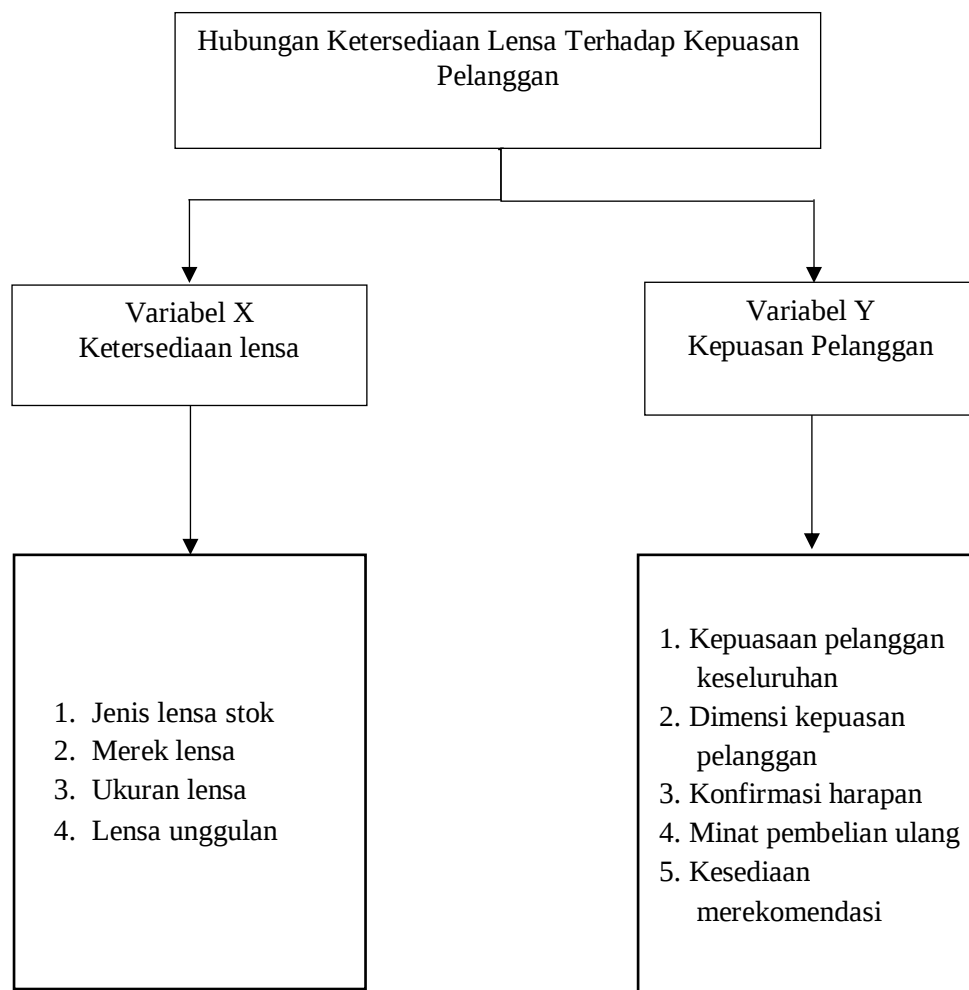
5) Kesiediaan untuk merekomendasi

Setelah menggunakan produk atau jasa perusahaan, pelanggan mungkin merasa puas, yang dapat menginspirasi mereka untuk menyarankan barang atau jasa tersebut kepada yang lainnya. Guna upaya membujuk mereka untuk menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan oleh

perusahaan.

B. Kerangka Teori

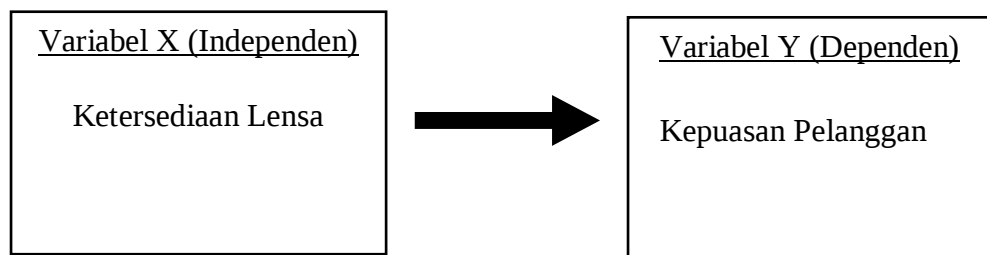
Berdasarkan studi sebelumnya, tinjauan literatur dan tujuan penelitian, kita dapat mengembangkan kerangka teori yang akan membantu dan memahami konsep secara lebih mudah pada gambar berikut:



Gambar 2.10
Kerangka Teori

C. Kerangka Konsep

Kerangka konsep studi ini berfokus pada jalinan antara ketersediaan produk dan kepuasan pelanggan. Penelitian sebelumnya dan sumber-sumber terkait menunjukkan pikiran ada korelasi antara ketersediaan produk dan kebahagiaan pelanggan. Dengan menganalisa hal tersebut, kerangka konsep penelitian ini direpresentasikan dalam sebuah gambar yang menunjukkan hubungan antara ketersediaan produk dan kepuasan pelanggan.



Gambar 2.11
Kerangka Konsep

D. Hipotesis

Hipotesis dalam masalah penelitian yang telah diartikulasikan sebagai pertanyaan, merupakan respon sementara, Menurut Sugiyono (2013:64). Berikut hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H0:** Tidak adanya hubungan antara ketersediaan lensa terhadap kepuasan pelanggan di Optik Internasional Tuban.
- H1:** Adanya hubungan antara ketersediaan lensa terhadap kepuasan pelanggan di Optik Internasional Tuban.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian bertujuan memberikan gambaran yang objektif tentang suatu fenomena dengan menggunakan data berupa angka. Penelitian ini melibatkan pengumpulan data, pengolahan data dan interpretasi data untuk menghasilkan informasi yang relevan sesuai dengan tujuan penelitian (Arikunto, 2006). Metode kuantitatif yakni pendekatan penelitian didasarkan filsafat positivisme atau empirisme, dipakai mengkaji secara sistematis suatu populasi atau sampel tertentu secara matematis dan statistik (Sugiyono, 2018). Teknik pengambilan sampel diambil acak untuk penelitian ini. Pendekatan objektif digunakan untuk mengumpulkan data, lalu analisis data menggunakan metode kuantitatif atau statistik bertujuan memverifikasi hipotesis yang sudah ditentukan.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini dilaksanakan di Optik Internasional Tuban. Beralamat di Jln. Basuki Rahmad Ruko No. 14 Tuban, Jawa Timur. Waktu pelaksanaan penelitian berlangsung selama 3 bulan. Dimulai dari bulan Maret hingga Mei 2023.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi yang dipilih untuk penelitian ini memiliki hubungan yang kuat dengan masalah yang diteliti. Populasi diambil dari pasien yang berkunjung ke Optik Internasional Tuban yang membeli kacamata lengkap maupun lensa saja mulai bulan Maret hingga Mei 2023.
2. Sampel mewakili sebagian populasi yang dapat digunakan untuk menggeneralisasikan karakteristik yang ada pada keseluruhan populasi. Sampel penelitian diambil dari pelanggan yang telah dilakukan seleksi untuk menjawab kuesioner. Jumlah sampel sebanyak 50 pelanggan di Optik Internasional Tuban dengan kriteria bersedia menjadi responden.

D. Sumber Data

Suharsimi Arikunto (2013:172) mengidentifikasi subjek dari mana data berasal sebagai sumber data. Sumber data primer dikonsultasikan untuk penelitian ini. Data primer merujuk pada data yang dikumpulkan secara langsung di tempat penelitian. Pelanggan di Optik Internasional Tuban dijadikan sebagai tempat observasi dan teknik pengumpulan data primer lainnya.

E. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*. Metode pengambilan sampel dengan cara *accidental sampling*. Metode penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas mengacu pada situasi dimana siapapun yang kebetulan bertemu peneliti dan berkarakteristik sesuai dapat digunakan sebagai sampel. Kuesioner digunakan sebagai alat untuk pengumpulan informasi

dari sekelompok orang terpilih.

F. Analisis Data

Data yang telah diperoleh dan ditetapkan sesuai dengan kebutuhan penelitian ini kemudian diolah dan di Analisa menggunakan software statistik yaitu Microsoft Excel 2010 dan IBM *Statistica Packages for Social Science* (SPSS 20). Skala likert adalah alat penilaian yang dipakai untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang mengenai suatu hal atau situasi tertentu (Siregar, 2016).

Dalam menggunakan Skala Likert, responden akan menjawab berbagai pertanyaan penelitian, lalu membubuhi tanda silang (x) atau tanda ceklis (✓), dialternatif jawaban yang disediakan dengan lima pilihan jawaban yang disediakan. Setelah itu, respon responden akan diberi skor untuk menjadikan data tersebut dapat diolah secara kuantitatif. Skor-skor tersebut disusun dalam tingkatan yang konsisten (Supardi, 2005) dengan penilaian :

1. Sangat Puas (SP) = skor 5
2. Puas (P) = skor 4
3. Netral (N) = skor 3
4. Tidak Puas (TP) = skor 2
5. Sangat Tidak Puas (STP) = skor 1

G. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner diujikan terlebih dahulu memakai analisis korelasi pearson untuk menentukan validitas setiap item pertanyaan, dengan catatan:

- a. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ maka instrument dinyatakan valid.
- b. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka instrumen dinyatakan tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Suatu instrumen penelitian dikatakan dapat diandalkan jika jumlah *cronbach's alpha* $> 0,60$. Berarti setiap butir pertanyaan pada kuesioner tersebut dianggap reliabel atau dapat dipercaya (Ghozali, 2018).

3. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2017:127) metode untuk analisis grafis dan analisis statistik digunakan untuk menentukan apakah residual berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk mengevaluasi apakah data dari suatu variabel terdistribusikan secara normal atau tidak. Metode *one sample kolmogorov smirnov* dipilih untuk digunakan. Uji ini digunakan untuk memutuskan apakah data yang digunakan memiliki distribusi normal dan tidak normal, syaratnya:

- a. Jika signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- b. Jika signifikansi $< 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal.

4. Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana dilakukan, sesuai dengan Sugiyono (2017) berdasarkan hubungan fungsional antara satu variabel independen dan

satu variabel dependen. Tujuannya adalah menguji pengaruh antara dua variabel tersebut. Apakah variabel dependen (Y) merespon variabel independen (X) dengan cara apapun.

H. Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini menurut Sugiyono (2018: 223) merupakan solusi sementara dari rumusan masalah yang memerlukan pengujian korelasi antar dua variabel atau lebih untuk memastikan apakah hipotesis yang diajukan dapat ditolak atau diterima. Penolakan hipotesis satu (H_1) diartikan sebagai penerimaan hipotesis lain yang dinyatakan dengan hipotesis nol (H_0).

Dasar pengambilan keputusan hipotesis atas hasil output SPSS dengan melihat nilai signifikansinya (Sig.) atas koefisien regresinya lalu dibandingkan memakai probabilitas 0,05 atau sebaliknya yaitu menyamakan nilai t hitung dengan t tabel.

1. Ketika nilai signifikansi (Sig.) < dari probabilitas 0,05 artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima, pada konteks ini, dapat dinyatakan variabel independen (X) berpengaruh kepada variabel dependen (Y).
2. Ketika nilai signifikansi (Sig.) > dari probabilitas 0,05 artinya H_0 diterima dan H_1 ditolak, pada konteks ini, dinyatakan variabel independen (X) tidak mempunyai pengaruh kepada variabel dependen (Y).

I. Definisi Operasional

Tabel 3.1
Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Hasil	Skala
I Variabel Independen (X)						
1	Ketersediaan lensa stok.	Kesiapan suatu sarana baik itu barang, tenaga, modal bahkan anggaran untuk digunakan atau dilaksanakan dalam waktu tertentu..	Berwujud (<i>Tangible</i>)	1. Jenis lensa stok 2. Merek lensa 3. Ukuran lensa 4. Lensa unggulan	1 = Sangat Tidak Puas 2 = Tidak Puas 3 = Netral 4 = Puas 5 = Sangat Puas	Ordinal
II Variabel Dependen (Y)						
1	Kepuasan Pelanggan	Tolak ukur pelanggan antara yang diharapkan dan yang didapatkan.		Kepuasan pelanggan keseluruhan Dimensi kepuasan pelanggan Konfirmasi harapan Minat pembelian ulang Kesediaan merekomendasikan	1 = Sangat Tidak Puas 2 = Tidak Puas 3 = Netral 4 = Puas 5 = Sangat Puas	Ordinal

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah dan Perkembangan Optik Internasional

1. Sejarah Perusahaan

Optik Internasional merupakan perusahaan yang berfokus utama mengenai kesehatan mata, terutama dalam bidang optik. Optik Internasional didirikan oleh Linggarjanto Budi Oetomo tahun 1972 di Malang, Jawa Timur. Pada awalnya, perusahaan ini hanya beroperasi sebagai usaha kecil-kecilan. Namun dengan tekad dan kerja kerasnya, ia berhasil mengembangkan usahanya dengan membuka beberapa cabang di kota Malang. Saat ini, Optik Internasional terus berkembang dan menjadi salah satu pemain terbesar di industri optik Indonesia. Memiliki visi dan misi “Memberi pelayanan terbaik kepada setiap konsumen”, Bapak Linggarjanto Budi Oetomo telah menegaskan fokusnya pada kepuasan pelanggan. Dengan komitmen yang kuat pada visi dan misi tersebut, Optik Internasional telah mendapatkan kepercayaan luas dari masyarakat, sehingga kini mereka dapat berkembang dengan pesat di seluruh kota Indonesia.

Dalam perkembangan zaman yang semakin maju ini, Optik Internasional Group selalu memastikan bahwa sistem manajemennya selalu bertanggung jawab dan profesional. Mereka menggunakan sistem komputerisasi yang canggih untuk memastikan informasi dan teknologi yang digunakan dalam kinerja mereka selalu *up to date*. Tak hanya itu, Optik Internasional Group juga memperhatikan peralatan optik yang digunakan, TI

administrasi, sistem informasi dan kehadiran sumber daya manusia penuh rasa tanggung jawab.

Berkat usaha kerja keras dan kepercayaan yang diberikan masyarakat dan pelanggan, pada tahun 1980-an, Optik Internasional Group berhasil mengalami pertumbuhan dan membuka sekitar 20 cabang di Jawa, Bali dan beberapa kota di Sumatera. Hingga akhir 1990-an, perusahaan ini memiliki sekitar 60 cabang tersebar di kota besar Sumatera, Sulawesi, Kalimantan dan Papua. Bahkan sejak tahun 2000 hingga saat ini, perusahaan terus berkembang pesat dengan membuka 250 toko lebih diberbagai wilayah Indonesia, terutama di kota Tuban dan memiliki total 1.000 karyawan.



Gambar 4.1
Gambaran Optik Internasional Tuban

Optik Internasional Tuban berlokasi di Jln Basuki Rahmat Ruko No 14 kelurahan Kebonsari Kabupaten Tuban. Toko kacamata yang melayani penjualan kebutuhan kacamata terdiri dari kacamata frame, lensa, *softlens* dan aksesoris kacamata lainnya.

Toko ini sudah berdiri sejak 25 April 2010 hingga sekarang. Letak strategis berada di depan kantor BPJS Kesehatan dan Bank BNI Tuban. Lokasi berdekatan dengan jalan raya sehingga mudah diakses pengunjung.

2. Visi dan Misi Optik Internasional

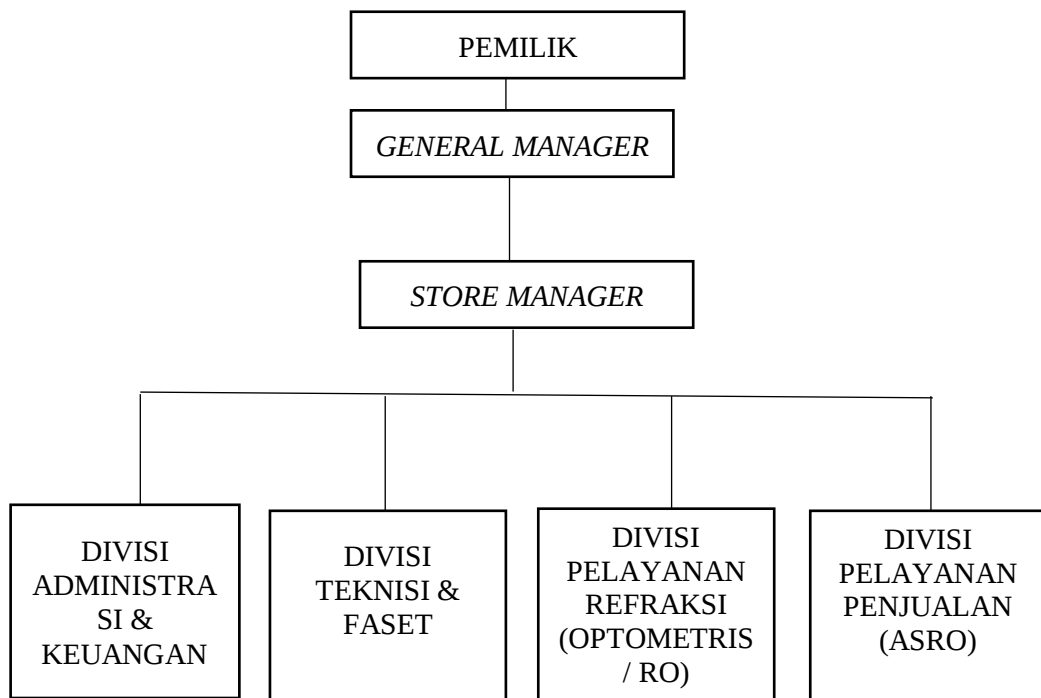
a. Visi:

- 1) Unggul dalam pelayanan
- 2) Optik Internasional is the best
- 3) Optik terbesar dan terbaik di Indonesia yang melayani semua lapisan masyarakat

b. Misi :

- 1) Menyediakan keuntungan maksimal bagi pemilik modal
- 2) Kebahagiaan bagi seluruh anggota organisasi
- 3) Mengabdikan kepada masyarakat dan menjaga lingkungan sekitar

3. Struktur Organisasi Optik Internasional



Gambar 4.2
Struktur Organisasi Optik Internasional

B. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Analisa Deiskriptif

Penelitian ini dilaksanakan di Optik Internasional cabang Tuban.

Hasil penelitian kemudian diuraikan dalam nilai tertinggi dan nilai terendah.

Tabel 4.1
Skor tertinggi dan skor terendah

Kategori	Penilaian
Sangat tidak puas	1
Tidak puas	2
Netral	3
Puas	4
Sangat puas	5

Tabel 4.2
Statistik

		Jenis_Kelamin	Usia	Pekerjaan
N	Valid	50	50	50
	Missing	0	0	0

Sumber Data Pengolahan dengan SPSS 2023

Berdasarkan tabel 4.2 tentang jenis kelamin, usia dan pekerjaan dapat disimpulkan tervalidasi jumlah responden 50 sampel.

a. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.3
Jenis Kelamin Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	17	34.0	34.0	34.0
	Perempuan	33	66.0	66.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Diperoleh dari tabel 4.3, responden laki-laki sejumlah 17 sampel dan dipersentasekan sebesar 34%, responden perempuan sejumlah 33 sampel dipersentasekan sebesar 66% .

b. Usia Responden

Tabel 4.4
Usia Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15	1	2.0	2.0	2.0
	18	1	2.0	2.0	4.0
	19	1	2.0	2.0	6.0
	20	2	4.0	4.0	10.0
	23	1	2.0	2.0	12.0
	24	1	2.0	2.0	14.0
	25	2	4.0	4.0	18.0
	27	7	14.0	14.0	32.0
	28	2	4.0	4.0	36.0
	29	3	6.0	6.0	42.0
	30	4	8.0	8.0	50.0
	31	1	2.0	2.0	52.0
	32	2	4.0	4.0	56.0
	33	1	2.0	2.0	58.0
	34	1	2.0	2.0	60.0
	36	3	6.0	6.0	66.0
	38	2	4.0	4.0	70.0
	39	1	2.0	2.0	72.0
	40	1	2.0	2.0	74.0
	42	3	6.0	6.0	80.0
	45	2	4.0	4.0	84.0
	48	1	2.0	2.0	86.0
	51	1	2.0	2.0	88.0
	55	2	4.0	4.0	92.0
	59	1	2.0	2.0	94.0
	60	1	2.0	2.0	96.0
	63	1	2.0	2.0	98.0
	65	1	2.0	2.0	100.0
Total		50	100.0	100.0	

Terlihat pada tabel 4.4, dari 50 responden usia 15-20 tahun berjumlah 5 sampel (10%), usia 21-40 tahun berjumlah 32 sampel (64%), usia 41 tahun keatas berjumlah 13 sampel (26%).

c. Pekerjaan Responden

Tabel 4.5
Pekerjaan Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Guru	3	6.0	6.0	6.0
	IRT	12	24.0	24.0	30.0
	Karyawan Pabrik	1	2.0	2.0	32.0
	Kontraktor	1	2.0	2.0	34.0
	Mahasiswa	3	6.0	6.0	40.0
	Nelayan	1	2.0	2.0	42.0
	Operator	1	2.0	2.0	44.0
	Operator alat berat	1	2.0	2.0	46.0
	Pedagang	1	2.0	2.0	48.0
	Pegawai Swasta	1	2.0	2.0	50.0
	Pelajar	3	6.0	6.0	56.0
	Pelayar	1	2.0	2.0	58.0
	Perangkat Desa	1	2.0	2.0	60.0
	Petani	3	6.0	6.0	66.0
	PNS	6	12.0	12.0	78.0
	Proyek	1	2.0	2.0	80.0
	Sales	2	4.0	4.0	84.0
	Swasta	3	6.0	6.0	90.0
	Teknisi Komputer	1	2.0	2.0	92.0
	Wiraswasta	4	8.0	8.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Pada tabel 4.5, diperoleh bahwa dari 50 responden yang dianalisis, Guru sebanyak 3 sampel atau sebesar 6%, IRT sebanyak 12 sampel atau sebesar 24%, Pelajar/mahasiswa sebanyak 6 sampel atau sebesar 12%, PNS

sebanyak 6 sampel atau sebesar 12%, Pegawai Swasta sebanyak 13 sampel atau sebesar 26%, Wiraswasta sebanyak 4 sampel atau sebesar 8%, Nelayan sebanyak 2 sampel atau sebesar 4%, Petani sebanyak 3 sampel atau sebesar 6%, perangkat desa hanya 1 sampel atau sebesar 2%.

2. Analisa Data

a. Uji Validitas

Uji validitas yakni proses pengukuran yang mengindikasikan sejauh mana suatu instrumen dianggap valid atau akurat. Uji signifikan didapat dengan perbandingan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dimana n merupakan jumlah sampel yang digunakan. Pada tampilan output program SPSS 22 dalam kolom korelasi item-total terkait Cronbach Alpha, jika nilai r hitung lebih besar daripada nilai r yang terdapat didalam tabel dan bernilai positif, jadi indikator atau pertanyaan atau itu dianggap valid oleh (Ghozali, 2006: 45). Uji validitas bisa diukur dengan perbandingan nilai r hasil perhitungan dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, yaitu n adalah total responden dalam sampel. Instrumen dianggap valid jika nilai korelasi (*Pearson Correlation*) positif dan nilai probabilitas korelasinya $\{sig. (2tailed)\} \leq$ derajat signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$). Total responden pada uji validitas penelitian ini berjumlah 50 responden jumlahnya nilai df yakni 48 memiliki taraf signifikan 5%. Kemudian didapat nilai r tabel *Product Moment* sejumlah 0,2787. Berdasarkan hasil uji coba angket kepada 50 responden, didapatkan hasil uji validitas yang tercatat dalam tabel:

Tabel 4.6
Variabel Ketersediaan Lensa

Correlations

	px1	px2	px3	px4	px5	total
Pearson Correlation	1	,468**	,321*	,444**	,413**	,741**
px1 Sig. (2-tailed)		,001	,023	,001	,003	,000
N	50	50	50	50	50	50
Pearson Correlation	,468**	1	,585**	,236	,253	,696**
px2 Sig. (2-tailed)	,001		,000	,098	,077	,000
N	50	50	50	50	50	50
Pearson Correlation	,321*	,585**	1	,304*	,268	,681**
px3 Sig. (2-tailed)	,023	,000		,032	,060	,000
N	50	50	50	50	50	50
Pearson Correlation	,444**	,236	,304*	1	,524**	,712**
px4 Sig. (2-tailed)	,001	,098	,032		,000	,000
N	50	50	50	50	50	50
Pearson Correlation	,413**	,253	,268	,524**	1	,721**
px5 Sig. (2-tailed)	,003	,077	,060	,000		,000
N	50	50	50	50	50	50
Pearson Correlation	,741**	,696**	,681**	,712**	,721**	1
Total Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
N	50	50	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tabel 4.7
Perbandingan Rxy dan r tabel Variabel X

No	Rxy	r tabel	Kriteria
1.	0,741	0,2787	Valid
2.	0,696	0,2787	Valid
3.	0,681	0,2787	Valid
4.	0,712	0,2787	Valid
5.	0,712	0,2787	Valid

Sumber : Data Primer diolah 2023

Dari tabel hasil uji validitas instrumen, dapat dilihat jika nilai $r_{xy} > r$ tabel, yaitu sejumlah 0,2787. Ini mengungkapkan jika butir pernyataan nomor 1-5 dinyatakan valid.

Tabel 4.8
Variabel Kepuasan Pelanggan

Correlations		py1	py2	py3	py4	py5	total
py1	Pearson Correlation	1	,235	,311*	,379**	,181	,570**
	Sig. (2-tailed)		,100	,028	,007	,209	,000
	N	50	50	50	50	50	50
py2	Pearson Correlation	,235	1	,337*	,334*	,475**	,693**
	Sig. (2-tailed)	,100		,017	,018	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50
py3	Pearson Correlation	,311*	,337*	1	,265	,437**	,701**
	Sig. (2-tailed)	,028	,017		,063	,002	,000
	N	50	50	50	50	50	50
py4	Pearson Correlation	,379**	,334*	,265	1	,402**	,674**
	Sig. (2-tailed)	,007	,018	,063		,004	,000
	N	50	50	50	50	50	50
py5	Pearson Correlation	,181	,475**	,437**	,402**	1	,774**
	Sig. (2-tailed)	,209	,000	,002	,004		,000
	N	50	50	50	50	50	50
total	Pearson Correlation	,570**	,693**	,701**	,674**	,774**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

Tabel 4.9
Perbandingan Rxy dan r hitung Variabel Y

No.	Rxy	r tabel	Kriteria
1.	0,570	0,2787	Valid
2.	0,693	0,2787	Valid
3.	0,701	0,2787	Valid
4.	0,674	0,2787	Valid
5.	0,774	0,2787	Valid

Sumber : Data Primer diolah 2023

Berdasarkan tabel hasil uji validitas instrumen di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai rxy yang ditemukan (yakni 0,2787) melebihi nilai r yang terdapat dalam tabel. Hal ini menunjukkan bahwa butir pernyataan nomor 1 hingga 5 dianggap valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah metode untuk mengevaluasi sejauh mana jawaban seseorang pada sebuah kuesioner konsisten atau stabil. Hal ini merupakan indikator dari variabel atau konstruk yang sedang diukur Ghozali (2006:42). Mengukur reliabilitas dengan memakai dua cara, yakni dengan *repeated measure* dan *one shot*. Pada *repeated measure*, responden akan diminta untuk menjawab pertanyaan yang identik pada periode waktu yang berbeda guna mengamati apakah jawaban mereka tetap konsisten. Sedangkan pada *one shot*, pendekatan pengukuran dapat dilakukan satu kali saja dan hasil yang diperoleh dibandingkan dengan pertanyaan lain atau melakukan pengukuran korelasi antara jawaban-jawaban dari berbagai pertanyaan untuk melihat hubungan atau keterkaitan diantara mereka. SPSS 22 IBM menyediakan fitur untuk menilai reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alfa*. Jika jawaban seseorang terhadap pernyataan pada kuesioner tetap konsisten dan stabil dari waktu ke waktu, maka kuesioner tersebut dapat dianggap reliabel atau handal Ghozali (2006:46).

Dalam tujuan untuk mempermudah penghitungan, SPSS 22 telah menyediakan fitur bertujuan mengukur reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alfa*. Suatu konstruk atau variabel dianggap reliabel saat nilai *Cronbach Alfa* melebihi 0,60. Dalam penelitian, metode analisis data yang terpakai telah diproses memakai program SPSS 22 adalah:

Tabel 4.10
Reliability Variable Ketersediaan Lensa

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,752	5

Tabel 4.11
Reliability Variable Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,716	5

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

No	Variabel	Cronbach Alpha	Cochbach Alpha Diisyaratkan	Keterangan
1	Ketersediaan Lensa	0,752	>0,60	Reliable
2.	Kepuasan Pelanggan	0,716	>0,60	Reliable

Sumber : Data Primer diolah 2020

Data terdapat ditabel 4.12, disimpulkan jika Variabel ketersediaan lensa dan kepuasan pelanggan mempunyai nilai koefisien reliabilitas lebih tinggi dari nilai minimum yang diwajibkan oleh *Cronbach Alfa* yaitu 0,60. Dengan demikian, dikatakan jika instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang lebih tinggi, sehingga hasil yang diperoleh dapat dipercaya.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan guna mengevaluasi residual atau variabel pengganggu dimodel regresi mempunyai distribusi yang memenuhi syarat normal atau tidak. Dalam penelitian ini, normalitas diuji dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov dan dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 22 dengan cara Normal Probability Plot digunakan untuk membandingkan distribusi kumulatif dari data dengan distribusi normal.

Jika nilai signifikansi $> 0,05$ berdistribusi normal.

Jika nilai signifikasinya $< 0,05$ tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.13
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,28648021
	Absolute	,084
Most Extreme Differences	Positive	,061
	Negative	-,084
Kolmogorov-Smirnov Z		,596
Asymp. Sig. (2-tailed)		,870

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan hasil uji normalitas, ditemukan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,87 > 0,05$. Maka diperoleh kesimpulan yakni nilai residual berdistribusi normal.

d. Analisis Regresi Linier sederhana

Regresi Linear Sederhana yaitu sebuah Metode Statistik yang digunakan untuk menguji sejauh mana hubungan sebab-akibat antara Variabel Penyebab (X) terhadap Variabel Akibat (Y).

Tabel 4.14
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,779 ^a	,607	,598	2,310

a. Predictors: (Constant), X

Tabel 4.15
Hasil Uji Regresi Linier Anova

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	395,108	1	395,108	74,033	,000 ^b
Residual	256,172	48	5,337		
Total	651,280	49			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X

Berdasarkan tabel 4.15 diatas, dengan nilai signifikasi sebesar $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa hasil uji simultan menunjukkan adanya pengaruh secara simultan antara ketersediaan lensa terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak.

e. Uji Hipotesis

Tabel 4.16
Hasil Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,280	1,528		3,456	,001
X	,720	,084	,779	8,604	,000

a. Dependent Variable: Y

1) Merumuskan hasil hipotesis

H0 : Ketersediaan Lensa tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

H1 : Ketersediaan Lensa berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

2) Menerima atau Menolak Hipotesis

Dasar pengambilan keputusan dalam hal ini, $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis nol (H0) ditolak dan (H1) diterima. Dilihat dari tabel 4.16 menunjukkan $3,456 > 0,2787$ artinya H0 ditolak (H1 diterima) berarti ketersediaan lensa memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisa data dan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis yang berjudul hubungan ketersediaan lensa terhadap kepuasan pelanggan di Optik Internasional Tuban tahun 2023 dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Ketersediaan lensa mempunyai hubungan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini bisa dilihat dari hasil uji regresi linear sederhana, diperoleh jika R Square memiliki nilai 0,607 atau 60,7%. Artinya variabel Ketersediaan Lensa (X) mempengaruhi variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 60,7% dan sisanya 39,3% terpengaruhi faktor lain di luar penelitian.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis, dasar pengambilan keputusan ini adalah $t_{hitung} > t_{tabel}$. Maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan (H_1) diterima. Dilihat dari tabel menunjukkan $3,456 > 0,2787$ artinya H_0 ditolak (H_1 diterima), berarti ketersediaan lensa memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

B. Saran

1. Bagi Optik Internasional Tuban, melalui penelitian ini diharapkan mampu memberi masukan dan kebijakan dalam menyediakan lensa stok. Menyediakan lensa yang sedang trend (*digital life style, bluecromic, anti fog*), dan mengoptimalkan waktu proses kacamata. Hal ini bertujuan meningkatkan ketersediaan lensa dan memberikan kepuasan yang lebih baik bagi para

pelanggan.

2. Bagi peneliti selanjutnya, melalui penelitian ini diharapkan memberikan informasi yang lebih luas dan sebagai acuan memperoleh informasi yang lebih komprehensif untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta, Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta, Rinneka Cipta.
- Fajri, M. A. N. (2006). *Kualitas Pelayanan Kesehatan Puskesmas Tegalrejo Kota Yogyakarta: Studi Kasus Pelayanan Rawat Jalan*. Universitas Gadjah Mada.
- Fisikabc. (2017). *Lensa: Pengertian, Jenis + Gambar, Bagian-Bagian dan Perjanjian*. <https://www.fisikabc.com/2017/11/lensa.html>.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. (9th ed.)*. Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang, Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heizer, Jay dan Render, Barry. (2016). *Manajemen Operasi. Edisi Sebelas*. Jakarta, Salemba Empat.
- Heizer, J., & Render, B. (2015). *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan (11st Ed.)*. Jakarta, Salemba Empat.
- Peraturan Presiden Nomor 95 tahun 2007 tentang Perubahan Ketujuh atas Keputusan Presiden Nomor 80 tahun 2003 tentang Pedoman pelaksanaan Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah. Jakarta, Republik Indonesia..
- Klinik Mata Nusantara. (2019). *4 Jenis Lensa Kacamata dan Fungsinya*. <https://www.klinikmatanusantara.com/id/ketahui-lebih-lanjut/info-kesehatan-mata-dari-kmn-eyecare/artikel/4-jenis-lensa-kacamata-dan-fungsinya/>.
- Kotler dan Keller. (2014). *Buku Prinsip Prinsip Pemasaran By Philip Kotler Gary. Armstrong Edisi 12 Jilid I&2. Edisi Ke 13*. Jakarta, Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran (13 Jilid 1)*. Jakarta, Erlangga.
- Kotler, P., & Susanto, A. (1999). *Manajemen Pemasaran di Indonesia 1 (1st ed.)*. Jakarta, Salemba Empat.

- Perdami. (2017). *Vision 2020 di Indonesia*. <https://perdami.or.id/vision-2020-di-indonesia/>.
- Siregar, S. (2016). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta, PT Raja Grafindo Persada
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung, Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung, Alfabeta
- Sugiyono, 2013. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung, Alfabeta
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung, IKAPI. J Lexy, Moleong.
- Supardi. (2005). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta, UII Press
- Susanti, S., Mulyono, H., & Syamsuri, A. R. (2021). *Ketersediaan dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul. Jurnal Bisnis Mahasiswa, 1(2)*
- Tjiptono, F. (2011). *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer. F Tjiptono*. Yogyakarta, Andi Offset.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Persetujuan (*Informed Consent*)



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

LEMBAR PERSETUJUAN (*INFORMED CONSENT*)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama :
.....

Usia :
.....

No. Handphone :
.....

Dengan ini, saya menyatakan kesediaan untuk ikut serta dalam penelitian yang berjudul "**Hubungan Ketersediaan Lensa Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Optik Internasional Tuban Tahun 2023**". Saya telah memahami prosedur pengisian kuesioner dan sukarela bersedia berpartisipasi dengan syarat identitas responden dijamin kerahasiaannya.

Jakarta,2023

Peneliti

Responden

Puji Setiyo Ningrum

Lampiran 2. Kuesioner



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

Hubungan Ketersediaan Lensa Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Optik Internasional Tahun 2023

Petunjuk pengisian kuesioner :

Mohon saudara/i membaca pertanyaan dibawah ini dengan teliti.

Mohon saudara/i memberikan jawaban dengan cara memberikan tanda (X) pada salah satu opsi jawaban yang paling tepat sesuai dengan keadaan anda secara objektif.

Mohon saudara/i menjawab semua pertanyaan dengan lengkap, jujur dan apa adanya.

Peneliti menjamin kerahasiaan identitas dan jawaban saudara/i sekalian.

Untuk partisipasi saudara/i dalam pengisian kuesioner ini, peneliti mengucapkan terimakasih.

Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

Usia :

Pekerjaan :

No	Pertanyaan	STP	TP	N	P	SP
	A. Ketersediaan Lensa (X)					
1.	Apakah lensa yang anda pesan stoknya sudah tersedia di Optik Internasional Tuban?					
2.	Apakah anda merasa pesanan lensa yang anda pesan cepat diproses?					
3.	Apakah anda merasa produk kami memiliki variasi yang cukup dalam hal merek dan ukuran lensa yang anda butuhkan?					
4.	Apakah anda merasa produk unggulan kami selalu tersedia saat anda membutuhkannya?					
5.	Apakah lensa yang disediakan oleh Optik Internasional Tuban ini sudah sesuai dengan yang anda harapkan?					

	B. Kepuasan Pelanggan (Y)					
1.	Seberapa puaskah anda dengan lensa yang anda pesan?					
2.	Seberapa puas anda dengan kecepatan pengerjaan lensa yang anda pesan?					
3.	Sejauh mana anda merasa puas dengan kualitas produk merek kami?					
4.	Apakah anda merasa produk unggulan kami memenuhi kebutuhan dan keinginan anda dengan baik?					
5.	Apakah anda merasa kami sudah memahami dan berusaha memenuhi harapan anda sebagai pelanggan di Optik Internasional Tuban?					
Keterangan : STP = Sangat Tidak Puas TP = Tidak Puas N = Netral P = Puas SP = Sangat Puas						

Lampiran 3. Hasil Tabulasi

	px1	px2	px3	px4	px5	Total
1	2	4	1	3	4	14
2	5	5	5	5	5	25
3	2	3	3	2	2	12
4	3	3	4	2	3	15
5	5	4	3	4	5	21
6	5	5	5	5	5	25
7	5	5	4	5	5	24
8	3	3	3	5	3	17
9	4	4	2	5	2	17
10	5	5	4	3	4	21
11	5	5	5	5	5	25
12	4	3	3	4	3	17
13	5	3	4	4	2	18
14	3	3	4	3	1	14
15	5	5	5	5	5	25
16	3	3	3	2	3	14
17	4	5	3	4	5	21
18	4	3	2	5	5	19
19	2	4	4	3	3	16
20	5	5	5	5	5	25
21	5	5	5	5	5	25
22	4	5	5	5	5	24
23	3	3	5	5	5	21
24	2	3	3	3	3	14
25	3	3	3	2	3	14
26	5	3	3	4	5	20
27	3	3	4	5	3	18
28	4	3	3	3	2	15
29	2	4	4	3	1	14
30	3	4	3	3	2	15
31	4	4	3	2	3	16
32	5	3	2	3	2	15
33	3	4	3	4	5	19
34	3	3	2	3	4	15
35	3	3	4	3	4	17
36	5	5	4	2	5	21
37	3	3	2	3	2	13
38	4	2	3	4	5	18

39	3	2	1	3	2	11
40	2	4	3	2	3	14
41	5	3	3	2	3	16
42	3	5	5	2	1	16
43	4	4	4	4	4	20
44	3	2	3	4	5	17
45	3	4	4	2	4	17
46	4	2	2	4	4	16
47	3	3	3	3	3	15
48	4	5	4	4	3	20
49	4	5	4	3	3	19
50	1	1	3	3	4	12

Lampiran 4. Hasil Tabulasi

py1	py2	py3		py4	py5	Total
2	3	2		3	3	13
5	5	5		5	5	25
2	3	3		4	1	13
2	2	2		2	2	10
3	3	4		4	2	16
5	5	5		5	5	25
4	5	5		5	5	24
4	4	3		4	1	16
3	3	3		4	2	15
4	5	3		3	3	18
5	5	5		5	5	25
3	3	3		5	4	18
4	4	3		5	2	18
4	5	3		3	2	17
4	5	5		5	5	24
3	3	3		4	3	16
4	4	3		5	4	20
3	4	4		3	3	17
4	3	3		2	4	16
4	5	4		5	5	23
5	5	5		5	5	25
5	5	5		5	5	25
4	3	5		5	3	20
4	4	3		4	3	18
4	5	1		5	3	18
4	3	3		4	5	19
3	4	3		4	3	17
5	3	4		5	2	19
3	3	2		3	4	15
4	2	4		4	4	18
3	4	3		4	2	16
4	5	2		4	4	19
2	4	3		3	5	17
4	3	4		4	3	18
4	4	3		3	1	15
2	5	5		3	5	20
4	3	4		2	1	14
3	2	1		4	2	12

5	2	3		2	2	14
3	3	3		3	3	15
2	4	5		3	3	17
3	4	2		5	5	19
4	5	5		3	5	22
4	3	5		5	5	22
3	4	4		4	3	18
4	4	4		4	4	20
4	4	3		3	3	17
3	5	3		3	3	17
5	3	2		4	2	16
4	2	4		3	2	15

Lampiran 5. Hasil Variabel Ketersediaan Lensa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	6	12.0	12.0	14.0
	Netral	17	34.0	34.0	48.0
	Setuju	12	24.0	24.0	72.0
	Sangat Setuju	14	28.0	28.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	4	8.0	8.0	10.0
	Netral	20	40.0	40.0	50.0
	Setuju	11	22.0	22.0	72.0
	Sangat Setuju	14	28.0	28.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	4.0	4.0	4.0
	Tidak Setuju	6	12.0	12.0	16.0
	Netral	19	38.0	38.0	54.0
	Setuju	14	28.0	28.0	82.0
	Sangat Setuju	9	18.0	18.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	10	20.0	20.0	20.0
	Netral	16	32.0	32.0	52.0
	Setuju	11	22.0	22.0	74.0
	Sangat Setuju	13	26.0	26.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	6.0	6.0	6.0
	Tidak Setuju	8	16.0	16.0	22.0
	Netral	14	28.0	28.0	50.0
	Setuju	8	16.0	16.0	66.0
	Sangat Setuju	17	34.0	34.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Lampiran 6. Hasil Variabel Kepuasan Pelanggan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	12.0	12.0	12.0
	Netral	13	26.0	26.0	38.0
	Setuju	23	46.0	46.0	84.0
	Sangat Setuju	8	16.0	16.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	10.0	10.0	10.0
	Netral	16	32.0	32.0	42.0
	Setuju	14	28.0	28.0	70.0
	Sangat Setuju	15	30.0	30.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

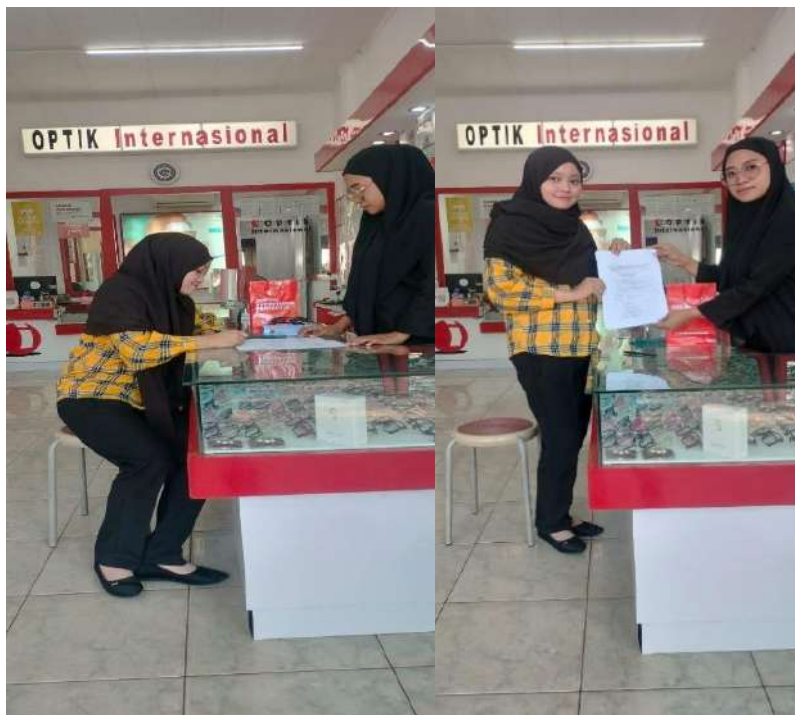
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	4.0	4.0	4.0
	Tidak Setuju	6	12.0	12.0	16.0
	Netral	20	40.0	40.0	56.0
	Setuju	10	20.0	20.0	76.0
	Sangat Setuju	12	24.0	24.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	8.0	8.0	8.0
	Netral	14	28.0	28.0	36.0
	Setuju	16	32.0	32.0	68.0
	Sangat Setuju	16	32.0	32.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	8.0	8.0	8.0
	Tidak Setuju	11	22.0	22.0	30.0
	Netral	14	28.0	28.0	58.0
	Setuju	7	14.0	14.0	72.0
	Sangat Setuju	14	28.0	28.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Lampiran 7. Dokumentasi Penelitian





Lampiran 8. Hasil Turnitin

Hubungan Ketersediaan Lensa Terhadap Keputusan Pembelian Di Optik Internasional Tuban Tahun 2023

ORIGINALITY REPORT

11 %	9 %	4 %	5 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	text-id.123dok.com Internet Source	1 %
2	Submitted to Universitas Bengkulu Student Paper	1 %
3	123dok.com Internet Source	1 %
4	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %
5	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %
6	repository.unej.ac.id Internet Source	<1 %
7	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	<1 %
8	Submitted to IAIN Purwokerto Student Paper	<1 %
9	docplayer.info Internet Source	<1 %

Lampiran 9. Surat Izin Penelitian (Versi softcopy)



AKADEMI REFRAKSI OPTISI LEPRINDO

TERAKREDITASI "B" LAM-PTKes (0758/LAM-PTKes/Akr/Dip/XII/2019)

KAMPUS : Jl. Ciputat Molok 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 : 267/SPm/Leprindo/VII/2023
Perihal : **Surat Izin Penelitian**

Jakarta, 21 Juli 2023

Kepada Yth.
Pemimpin Optik Internasional Tuban
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 : Puji Setiyo Ningrum
N I M : 20115
Program Studi : Optometri

Untuk mendapatkan dukungan produk dari instansi yang Bapak/Ibu pimpin, guna penyusunan Tugas Akhir mahasiswa tersebut di atas dengan judul **"HUBUNGAN KETERSEDIAAN LENSE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI OPTIK INTERNASIONAL TUBAN TAHUN 2023"**.

Pelaksanaan penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa kami disesuaikan dengan jadwal yang ditentukan oleh instansi yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian surat permohonan ini, atas perhatian dan kerja samanya kami ucapkan terima kasih.

Direktur

ARO Leprindo Jakarta,



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

Tembusan:
1. Arsip