

Judul : FAKTOR - FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN DALAM PEMILIHAN FRAME
Pengarang : Yehezkiel Setiawan Widjanarko 18149
Kode DOI :
Keywords : Spectacle, customers, variation
Item Type : Karya Tulis Ilmiah
Tahun : 2021

Abstract

Many variations of spectacle make customers have many choices. This study aims to answer the problems in Optical Refraction related to spectacle frames for customers. This research was conducted by interview method with jenuh sampling. This research was conducted at Optik Siloam Green Garden. The result is the main consideration in spectacle selection is the frame model. The frame model is the most important factor when the customer chooses a spectacle. This result doesn't match the hypothesis where the price is the main factor in order to choosing the frame.

Keywords: *Spectacle, customers, variation*

Abstrak

Banyaknya variasi frameacamata membuat pelanggan memiliki banyak pilihan. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab permasalahan di dunia Refraksi Optisi yang berkaitan dengan frameacamata (*spectacle*) bagi pelanggan. Penelitian ini dilakukan dengan metode wawancara dengan sampling jenuh. Penelitian ini dilakukan di Optik Siloam Green Garden. Hasilnya, pertimbangan utama dalam pemilihan frame adalah model frame. Model frame menjadi faktor terpenting saat *customer* memilih sebuah frame. Hasil ini tidak sesuai hipotesis dimana harga menjadi factor utama pemilihan frame.

Kata kunci: Frameacamata, pelanggan, variasi

DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	1
Halaman Judul.....	2
Halaman Pernyataan Orisinalitas.....	3
Abstrak.....	4
Kata Pengantar.....	5
Daftar Isi.....	6
BAB I Pendahuluan.....	7
1.1 Latar Belakang.....	7
1.2 Identifikasi Masalah.....	7

1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.7 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II Tinjauan Referensi.....	10
2.1 Kacamata.....	10
BAB III Metode Penelitian.....	20
3.1 Desain Penelitian.....	20
3.2 Variabel Penelitian.....	20
3.3 Instrumen Penelitian.....	21
3.4 Populasi dan Sampel.....	21
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.6 Teknik Analisis Data.....	23
BAB IV Analisis Data.....	25
4.1 Pembahasan Penelitian.....	25
BAB V.....	31
5.1 Kesimpulan.....	31
5.2 Saran.....	31
5.3 Rekomendasi.....	31
Referensi.....	32

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman modern seperti saat ini, semua kegiatan yang kita lakukan serba berbasis digital. Semua kalangan baik tua maupun muda, kaya ataupun miskin, kalangan terdidik maupun tidak; semuanya tanpa terkecuali melakukan kegiatan menggunakan perangkat elektronik. Kegiatan-kegiatan yang dahulu kita lakukan dengan cara tradisional dan konvensional; kini sebagian besar kita lakukan dengan metode *online* alias daring.

Semenjak pandemi Covid-19 memaksa seluruh umat manusia untuk tetap melaksanakan aktivitasnya dari rumah. Bahkan sejak sebelum pandemi ini, sudah banyak kegiatan dan pekerjaan manusia yang dilakukan dengan metode *online*. Inilah yang dinamakan era *disruption*. Contoh nyata era *disruption* adalah kehadiran ojek berbasis *online* yang menggantikan transportasi umum konvensional seperti angkot, becak, ojek pangkalan, dll. Maka dari itu, era ini juga disebut industri 4.0 dimana pekerjaan dikombinasikan dengan basis data menggunakan bantuan internet serta perangkat pintar gadget (*Artificial Intelligence*). Mau tidak mau dan suka tidak suka semua umat manusia di seluruh dunia seperti dipaksa melakukan kegiatan melalui gadget dan internet.

Akibat dari kegiatan ini, banyak orang yang akhirnya mengeluhkan tentang Kesehatan matanya. Hal ini karena orang-orang sering menatap layar telepon pintar dan laptop yang mengandung sinar biru berbahaya. Akibatnya, banyak orang yang membutuhkan kacamata akibat gaya hidup baru "*new normal*" ini.

Banyaknya bingkai kacamata yang beredar di pasaran membuat pilihan frame bervariasi. Konsumen memilih frame kacamata yang sesuai dengan kenyamanan dan keinginan dirinya. Sejak kejadian pandemi ini, maka kebutuhan akan frame kacamata tidak hanya untuk mereka yang mengalami masalah pada penglihatan mata tetapi juga untuk mereka yang menginginkan perlindungan terhadap kesehatan mata akibat gaya hidup yang baru ini.

References :

- Firmansyah, M. A., & Se, M. (2019). Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). Penerbit Qiara Media.
- Kemenkes. (2016). Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2016. Pedoman Penyelenggaraan Optikal. Kemenkes.
- Khurana, A. K., Aruj, K. K., & Bhawna, K. (2014). Theory and practice of optics and refraction. Elsevier India.
- Lee, D. A., & Eve, J. H. (1999). Clinical guide to comprehensive
<http://kacamatakukeren.blogspot.com/2016/01/apa-itu-bingkai-frame-kacamata.html> diakses 26 April pukul 08.07 WIB
<https://www.kompas.com/sains/read/2021/03/25/100300323/perjalanan-sejarah-di-balik-penemuan-kacamata?page=all> diakses 26 April pukul 08.59 WIB
<https://id.wikipedia.org/wiki/Kacamata#:~:text=Pada%20tahun%201784%2C%20Benjamin%20Franklin,jarak%20jauh%20maupun%20jarak%20dekat>. Diakses 26 April pukul 09.35 WIB
<http://12jam.net/blog/bahan-material-untuk-kacamata-berkualitas/> diakses 26 April pukul 11.21 WIB
<https://salamadian.com/pengertian-perilaku-konsumen/> diakses 21 Juni 2021 pukul 19:12 WIB