Judul : **Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Penggunaan Lensa Brand X Di Optik Rio Sangatta**
Pengarang : **Aji Nusa Fitriono 20.007**
Kode DOI :
Keywords : **Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan**
Item Type : **Karya Tulis Ilmiah**
Tahun : **2023**

ABSTRAK

Penelitian in bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar hubungan dan pengaruh antarakualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, dengan obyek pada Optik Rio di Sangatta. Hasil hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa sifat keeratan hubungan yang terjadi cukup kuat dan bernilai positif antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan. Kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini di terima. Berdasarkan kesimpulan yang di peroleh, disarankan agar pelanggan dapat memilih produk yang ditawarkan berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan harapan sehingga benar benar yakin untuk menggunakan produk tersebut sehingga tidak kecewa pasca pembelian.

Kata Kunci: kualitas produk, kepuasan pelanggan

ABSTRACT

This research aims to determine and analyze how much the relationship and influence between product quality on customer satisfaction, with the object at Rio Optics in Sangatta. The results obtained indicate that the nature of the relationship that occurs is quite strong and has a positive value between product quality and customer satisfaction. Product quality has a positive and significant influence on customer satisfaction. Thus, the hypothesis in this study was accepted. Based on the conclusions obtained, it is suggested that customers can choose the products offered that are of high quality and in accordance with their needs, desires and expectations so that they are truly sure to use these products so they are not disappointed after the purchase.

Keywords: product quality, customer satisfaction

DAFTAR ISI

TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LENSA BRAND X DI OPTIK RIO SANGATTA.....**Error! Bookmark not defined.**
TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LENSA BRAND X DI OPTIK RIO SANGATTA.....**Error! Bookmark not defined.**
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....**Error! Bookmark not defined.**
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....**Error! Bookmark not defined.**
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PENGUJI .....**Error! Bookmark not defined.**
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASIError! Bookmark not defined.
Akademi Refraksi Optisi dan Optometry Gapopin.....**Error! Bookmark not defined.**
DAFTAR ISI..... ii
BAB I PENDAHULUAN.....**Error! Bookmark not defined.**
BAB II TINJAUAN REFERENSI..... 6
BAB III METODE PENELITIAN 9
BAB IV ANALISIS HASIL..... 16
BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN REKOMENDASI..... 18
REFERENSI..... 20
RIWAYAT HIDUP/CURRICULUM VITAE 21

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mata merupakan peranan yang sangat penting bagi kehidupan dan pada umumya masyarakat di kabupaten kutai timur lebih memilih menggunakan lensa kacamata sebagai alat bantu melihat dan mempermudah penglihatan untuk aktifitas sehari hari dari pada menggunakan Softlens. Hal ini diakibatkan pemakaian softlens yang cukup rumit, dan juga penggunaan softlens membutuhkan perawatan yang lebih rumit dibandingkan dengan penggunakan lensa kacamata sehingga masyarakat kutai timur lebih memilih menggunakan lensa kacamata untuk aktifitas sehari-hari. Pada saat ini customer lebih selektif dan kritis dalam memilih produk yang akan di beli, juga termasuk aspek pelayanan yang melekat pada produk dan tahap pra pembelian sampai tahap purna beli. Keputusan pembelian merupakan kegiatan konsumen yang secara langsung terlihat dalam mengambil keputusan untuk mengambil keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk domas yang ditawarkan oleh kami dan keputusan pembelian yang tinggi dari customer atas suatu produk merupakan aspek yang penting suatu optik dalam melakukan kegiatan bisnisnya. Untuk meningkatkan pembelian lensa domas yang tinggi dari konsumen, optik harus memperlihatkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya adalah kualitas produk dan adanya promosi yang diberikan oleh optik. Persaingan bisnis lensa kacamata membuat optik di tuntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga berbeda dengan produk

Referensi

Albarq, A. (2013). *Applying a SERVQUAL Model to Measure the Impact of Service Quality on Customer Loyalt*

y among Local Saudi Banks in Riyadh. Americal Journal of Industrial and Business Management. Vol. 3. Hal 700-707.

Aryani, D. d. (2010). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. Bisnis & Birokrasi.* Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi. Vol 17 (2). Hal 114-126. .

Ferdinand, A. (2006.). *Ferdinand, A. 2006. Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk PenulisanSkripsi, Tesis, dan Disertasi.* Semarang: Ilmu Manajemen. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hanks, A. (2010). *What Patients Want.* Australia : AJ & VJ Hanks.

Hasan. (2002). *Pokok- Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya.* Jakarta: Ghalia Indonesia.

Jimanto, R. d. (2014). *Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Ritel Bioskop The Premiere Surabaya. .* Surabaya: Jurnal Manajemen Pemasaran Petra. Vol. 2 (1).

Kashi, M. (2010). *A Hybrid Model of QFD, SERVQUAL and KANO to Increase Bank's Capabilities.* Management Science Letters. Vol. 2. Hal 1931-1938.

Novia, T. C. (2019). *AnalisisKualitasPelayanan dan Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) pada Optik Jakarta Pekanbaru.* Pekanbaru: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi PelitaIndonesia.: Jurnal Ilmiah Manajemen.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND.* Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2008). *Service Management.* Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjoanoto, M. (2013). *Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Di Restoran Jade Imperial.* Jurnal Manajemen Pemasaran Petra. Vol. 1. Hal 1-9.