

**Judul** : PENGARUH KUALITAS PRODUK FRAME PLASTIK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN OPTIK INTERNASIONAL BOJONEGORO PADA BULAN DESEMBER TAHUN 2021  
**Pengarang** : Siti Izati Choirina 19094  
**Kode DOI** :  
**Keywords** : Product Quality, Plastic Frame, Destination, Bojonegoro International Optics  
**Item Type** : Karya Tulis Ilmiah  
**Tahun** : 2022

### ***ABSTRACT***

*This study aims to determine how the quality of plastic frame products on consumer satisfaction at Optik Internasional Bojonegoro. Good product quality will make consumers feel satisfied in using an item. Consumer demands for a product, both in the form of goods and services offered by the company, are increasing day by day. Consumers will expect the product they buy is a product that has good quality. By using a survey method, interviews with consumers who use plastic frames to customers of Optik Internasional Bojonegoro. Frames made of plastic are currently favored by many people because the material is light, flexible, not easily broken, easier to maintain than metal frames. Sales of plastic frames at Optik Internasional in December 2021 were 350 pcs of the total sales of glasses, which was 450 pcs and 100 pcs of these were sales of metal frames. Consumer satisfaction is the level of consumer feelings after comparing what is received and expectations. If a customer is satisfied with the value provided by a product or service, he is very likely to become a customer for a long time.*

**Keywords:** *Product Quality, Plastic Frame, Destination, Bojonegoro International Optics*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas produk frame plastik terhadap kepuasan konsumen pada Optik Internasional Bojonegoro. Kualitas produk yang baik akan membuat konsumennya merasa puas dalam pemakaian suatu barang. Tuntutan konsumen terhadap suatu produk, baik bentuk barang maupun jasa yang ditawarkan perusahaan semakin hari semakin meningkat. Konsumen akan mengharapkan produk yang dibelinya merupakan produk yang mempunyai kualitas yang baik. Dengan metode survei wawancara dengan konsumen yang menggunakan frame plastik pada pelanggan Optik Internasional Bojonegoro. Frame yang terbuat dari plastik saat ini banyak digemari banyak orang dikarenakan bahannya yang ringan, lentur, tidak mudah patah, lebih mudah perawatannya dibandingkan frame metal. Penjualan frame plastik di Optik Internasional pada bulan Desember 2021 sebanyak 350 pcs dari total penjualan kacamata keseluruhan yaitu 450 pcs dan 100 pcs tersebut penjualan dari frame metal. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya. Seorang pelanggan jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

**Kata kunci:** Kualitas Produk, Frame Plastik, Kepuasan Konsumen, Optik Internasional Bojonegoro

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul	
Halaman Judul.....	i
Halaman Pernyataan Orisinilitas.....	ii
Halaman Persetujuan Dosen Pembimbing.....	iii
Halaman Persetujuan Dosen Penguji .....	iv
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi Karya Tulis Ilmiah (KTI).....	v
Abstrak.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Lampiran.....	ix
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Rumusan Masalah.....	2
1.5 Tujuan Penelitian .....	2
1.6 Manfaat Penelitian.....	2
1.7 Sistematika Penulisan.....	3
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>5</b>
2.1. Kualitas produk.....	5
2.2. Frame Plastik.....	6
2.2.1. Bahan Frame Plastik.....	6
2.2.2. Model Frame Plastik.....	7
2.3. Kepuasan Konsumen.....	9

2.4. Kerangka Berpikir.....	11
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>13</b>
3.1. Desain Penelitian.....	13
3.2.Variabel Penelitian, Definisi Operasional.....	13
3.3.Populasi Dan Sampel.....	13
3.4.Pengumpulan Data.....	13
3.5.Analisis Data ( Pengolahan Data ).....	13
<b>BAB 4 ANALISIS HASIL.....</b>	<b>15</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	15
4.2 Pembahasan Penelitian.....	16
<b>BAB 5 KESIMPULAN, SARAN DAN REKOMENDASI.....</b>	<b>19</b>
5.1. KESIMPULAN.....	19
5.2. SARAN DAN REKOMENDASI.....	19
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>20</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>22</b>
<b>Daftar Riwayat Hidup.....</b>	<b>29</b>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Aspek penting agar konsumen merasa puas dalam pemenuhan kebutuhan maupun keinginannya. Kualitas produk yang baik akan membuat konsumennya merasa puas dalam pemakaian suatu barang. Tuntutan konsumen terhadap suatu produk, baik bentuk barang maupun jasa yang ditawarkan perusahaan semakin hari semakin meningkat. Konsumen akan mengharapkan produk yang dibelinya merupakan produk yang mempunyai kualitas yang baik. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:272) kualitas produk adalah salah satu sarana positioning utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa. Oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.

Kacamata pada umumnya digunakan untuk membantu mata manusia yang tidak berfungsi secara maksimal karena rabun atau karena gangguan lain. Dengan kata lain, kacamata merupakan alat rehabilitasi untuk memperbaiki ketajaman penglihatan seseorang sehingga penderita kelainan refraksi mendapatkan perbaikan keakuratan penglihatan yang terganggu sebelumnya. (Vol.1 No.1(2020): Jurnal Mata Optik)

Dari Data Sekunder Penjualan Di Optik Internasional Bojonegoro pada bulan Desember 2021 kacamata yang terjual sebanyak 450 pcs, diantaranya adalah 350 pcs kacamata dengan bingkai plastik dan 100 pcs kacamata dengan bingkai metal yang pelanggannya mulai dari usia 9 tahun sampai dengan 56 tahun dari berbagai kalangan dan berjenis kelamin laki-laki dan perempuan.

Menurut lapangan usaha pada tahun 2020 sampai awal tahun 2021, pertumbuhan ekonomi dan mobilitas masyarakat Kota Bojonegoro yang semakin meningkat, menyebabkan konsumsi barang khususnya dibidang optik semakin meningkat. Sebagaimana diketahui bahwa konsumen tidak selalu datang ke counter optik, oleh karena itu dibutuhkan aktivitas pemasaran yang mempunyai peranan sangat penting untuk keberhasilan atau kelangsungan untuk dapat bertumbuhkembang di pasarnya, seperti kebanyakan model atau bentuk kacamata yang menjadi trend saat ini yaitu frame plastik dengan berbagai bentuk dan warna yang sangat memikat konsumen Optik Internasional Bojonegoro. Disamping itu aktivitas pemasaran yang diterapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan yang ada. Dengan demikian aktivitas pemasaran harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang diberikan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang yang ada.

Berdasarkan hal ini, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “PENGARUH KUALITAS PRODUK FRAME PLASTIK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN OPTIK INTERNASIONALBOJONEGORO PADA BULAN DESEMBER TAHUN 2021”

## DAFTAR PUSTAKA

- Basrah Saidani:2012 *Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) |Vol. 3, No. 1, 2012*  
[\(<http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi/article/view/766/675>\)](http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi/article/view/766/675)Diakses pada tanggal 22 Mei 2022 jam 08.24 PM
- Afnina:2018 *Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Pase Langsa*  
Yulia Hastuti:2018 *Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Pase Langsa*  
“PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN”JURNAL SAMUDRA EKONOMI DAN BISNIS, VOL 9, NO 1 JANUARI 2018  
Diakses pada tanggal 30April 2022 jam 06.48 PM
- Chin, J. T., Efendi, Z., & Doringin, F. (2020). PEMILIHAN BINGKAI KACAMATA YANG TEPAT UNTUK KONSUMEN DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN PRIMA DI OPTIK MAHAKAM. *Jurnal Mata Optik*, 1(1), 52-62.  
[Vol. 1 No. 1 \(2020\): Jurnal Mata Optik](#)  
[“PEMILIHAN BINGKAI KACAMATA YANG TEPAT UNTUK KONSUMEN DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN PRIMA DI OPTIK MAHAKAM”](#)(<https://arogapopin.ac.id/journal/index.php/mataoptik/article/view/1>) Diunduh pada tanggal 14 April 2022 jam 05.02 PM
- Ari Prasetyo:2012 *Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia*Management Analysis Journal 1 (4) (2012)  
“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN” Diunduh pada tanggal 20 April 2022 jam 10.54 AM
- Website dari [https://www.allaboutvision.com/eyeglasses/eyeglass\\_frame\\_materials.htm](https://www.allaboutvision.com/eyeglasses/eyeglass_frame_materials.htm)  
Diakses pada tanggal 12Mei 2022 jam 07.59 PM
- Tjiptono, Fandy. (2002). Strategi Pemasaran Yogyakarta : Penerbit Andi. Wyckof dalam Lovelock C and Wright L. Principle of Service Marketing and management, Second Edition, Prentice Hall: Person Education International, Inc, 1988. Diunduh pada tanggal 09April 2022 jam 03.36 PM
- Notoatmojo S. 2012. Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan. Diakses pada tanggal 19 Mei 2022 jam 10.02 PM
- Diperoleh dari : <https://id.wikipedia.org/wiki/Kacamata> Diakses pada tanggal 19 Mei 2022 jam 09.51 PM

Materi perkuliahan ELEARNING tentang bahan-bahan kacamata plastik pada tahun 2019-2020 Diunduh pada arsip data dari Axioo pada tahun 2019-2020

Trisno Musanto:2017*Jurusan Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi – Universitas Kristen Petra. Staf Pengajar Tetap Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya*“FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITASPELANGGAN: STUDI KASUS PADA CV. SARANA MEDIA ADVERTISING SURABAYA” Diunduh pada tanggal 29 Mei 2022 jam 08.54 PM

Diperoleh dari <http://puslit.petra.ac.id/journals/management/> Diakses pada tanggal 16 Mei 2022 jam 05.15 PM

Femmy Roszalinda Matreza Leo, Leonard Adry Manafe:2021

Digital Economic, Management and Accounting Knowledge and Development

“IMPLIKASI INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PRODUK KACAMATA PADA OPTIK NICE”

*Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardika Surabaya.* Diunduh pada tanggal 29 Mei 2022 jam 07.29 PM

Diperoleh dari <http://ejournal.stiepgri.ac.id/index.php/demand/article/view/148> Diakses pada tanggal 26 Mei 2022 jam 03.02 PM

