

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI OPTIK BANANA DEPOK
TAHUN 2023**

Karya Tulis Ilmiah

Diajukan untuk memenuhi syarat-syarat mencapai jenjang pendidikan Diploma III Optometri



Oleh :
WAHYU
20024

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

HALAMAN PENGESAHAN

Karya tulis ini telah disetujui untuk diujikan pada sidang Karya Tulis Ilmiah Pendidikan Tinggi Diploma III Optometri Akademi Refraksi Optisi Leprindo Jakarta.

Tim Penguji

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

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

Penguji III : Dr. Rosmerry Simanjuntak, A.Md.RO.,M.Biomed (_____)

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 4 oktober 2013

Disetujui,

Pembimbing Materi

Pembimbing Teknis

Fetrix Livanos A.Md.RO.,MM
NIDN.9903262357

Sri Ratri Lestari A.Md.RO. S.Pd
NIP.030512712033

Disahkan,
Direktur

Dian Leila Sari. A.MD.RO.,M.Kes
NIDN. 0319126402

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : WAHYU
Tempat Tanggal Lahir : Kalirejo, 04-April-1999
Alamat Rumah : Kalirejo, kec.kalirejo, kab.lampung tengah
Agama : Islam
Riwayat Pendidikan :
1. Menyelesaikan Pendidikan di SD Negeri 02 Kalirejo pada tahun 2012
2. Menyelesaikan Pendidikan di SD Negeri 02 Kalirejo pada tahun 2015
3. Menyelesaikan Pendidikan di SD Negeri 02 Kalirejo pada tahun 2018.
4. Tercatat sebagai mahasiswa ARO LEPRINDO JAKARTA Program Studi
DIII Optometri.

Jakarta, 4 Oktober 2023



WAHYU

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur, penulis ingin menyampaikan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa. Hanya berkat rahmat-Nya, Karya Tulis Ilmiah ini berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian” dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih yang tak terhingga dan apresiasi yang besar kepada :

1. Ibu Dian Leila Sari A.Md.RO.,S.Pd.,M.Kes selaku Direktur ARO Leprindo Jakarta, yang selalu memberikan dorongan dan semangat kepada penulis sehingga Karya Tulis Ilmiah ini dapat diselesaikan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.
2. Fetrix Livanos A.Md.RO.,MM. Sebagai dosen pembimbing yang dengan ikhlas meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan saran-saran sehingga Karya Tulis Ilmiah dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
3. Ibu Sri Ratri Lestari A.Md.Ro.,S.Pd. Sebagai dosen pembimbing teknis yang dengan kesediaan meluangkan waktu, memberikan arahan terkait teknis penulisan Karya Tulis Ilmiah ini sehingga dapat diselesaikan tepat waktu.
4. Orang Tua, saudara dan teman-teman ARO Leprindo Angkatan 43 yang selalu memberikan semangat dan dukungan yang diberikan oleh segala pihak yang telah membantu proses penulisan Karya Tulis Ilmiah ini, meskipun tidak dapat disebutkan satu per satu, penulis sangat berterimakasih atas kontribusi dan dukungannya.

Penulis berharap bahwa karya tulis ilmiah ini dapat memberikan manfaat dan pengetahuan bagi semua pihak yang berkepentingan. Semoga segala perhatian dan kebaikan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Tuhan Yang Maha Esa.

Jakarta, 22 Juli 2023

Penulis

ABSTRAK

Di era globalisasi saat ini kacamata bukan hanya sebagai kebutuhan tapi bisa di gunakan sebagai fasion (penunjang penampilan), maka para pengusaha optikal harus di tuntut jeli guna menarik hati para pembeli kacamata. Dengan melakukan pelayanan yang maksimal sesuai keputusan mentri Kesehatan nomor 41 tahun 2015 tentang setandar pelayanan Refraksi Optisi/Optometriss.

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa kuisisioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang telah melakukan pembelian di Optik Banana selama Bulan maret sampai bulan april 2023 dengan sampel sebanyak 80 orang pelanggan yang telah membeli kacamata atau lesa kacamata.

Dari total responden, sebanyak 40 orang (50,0%) merupakan laki-laki, sementara 40 orang lainnya (50,0) merupakan perempuan. Dari total responden, sebanyak 14 orang (17,5%) berusia antara 17 hingga 21 tahun, 30 orang (37,5%) berusia antara 22 hingga 26 tahun, 16 orang (20,0%) berusia antara 27 hingga 31 tahun, 5 orang (6,3%) berusia antara 32 hingga 36 tahun. Selain itu, terdapat 2 orang (2,5%) pada kelompok 37-41 dan 2 orang (2,5%) pada usia 42-46. Sedangkan pada kelompok usia 47-51 dan 52-56 terdapat masing-masing 4 orang (5,0%). Dari hasil uji validitas variabel X dan Y dinyatakan valid karna di dapati rhitung lebih besar dari pada rtabel, dari uji reliability di dapati nilai variabel X 0,721 dan variabel Y 0,681 yang semua angka tersebut lebih besar dari 0,6. sehingga di katakan reliable, dari hasil uji normalitas di dapatkan jika nilai signifikan lebih besar dari 0,5 maka dinyatakan semua variabel normal. Hasil uji regresi linier sederhana menunjukan bahwa nila R square adalah sebesar 0,043, yang mengindikasikan besaran pengaruh antara variabel X dan Y. Selain itu, dari hasil uji hipotesis

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan dapat disimpulkan bahwa semua uji baik itu validasi , reliability, normalitas, hipotesis, bisa di katakan positif hanya saja di uji regresi linier sederhana hanya terdapat sedikit pengaruh kualitas pelayanan terhadap kualitas pembelian di Optik banana yaitu sebesar 0,043 %.

Kata Kunci : Kualitas Pelaayanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

In the current era of globalization, glasses are not only a necessity but can be used as a fashion (appearance support), so optical entrepreneurs must be demanded to be observant in order to attract the hearts of eyeglass buyers. By providing maximum service according to the decision of the Minister of Health number 41 of 2015 concerning the standard of Optic/Optomtric Refraction services.

The data collection technique in this study was carried out using a questionnaire. The population in this study were all customers who had made purchases at Optik Banana during March to April 2023 with a sample of 80 customers who had purchased glasses or eyeglass lenses.

This research resulted in 40 male respondents (50.0%), and 40 female respondents (50.0%). With ages 17-21 years totaling 14 people (17.5%), ages 22-26 years totaling 30 people (37.5%), ages 27-31 totaling 16 people (20.0), ages 32-36 years totaling 5 people (6.3%), ages 37-41 and 42-46 each amounting to 2 people (2.5%), ages 47-51 and 52-56 totaling each 4 people (5,0). From the results of the validity test the variables X and Y were declared valid because they found that rcount was greater than rtable, from the reliability test it was found that the variable X was 0.721 and the variable Y was 0.681 which is greater than 0.6 so that it is said to be reliable, from the normality test results it was found that the significant value was greater than 0.05, indicating that all variables were normally distributed. From the results of the simple linear regression test, it was found that the R square value was 0.043, which meant the magnitude of the influence between the X and Y variables. From the hypothesis results, the ttable value was found to be greater than tcount, which means that H0 is rejected, H1 is accepted.

From the results of the research that has been done, it can be concluded that all the tests, validation, reliability, normality, hypothesis, can be said to be positive, it's just that in the simple linear regression test there is only a slight effect of service quality on purchase quality at Optics Banana, which is equal to 0.043%.

Keywords: Service Quality, Purchasing Decision

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	11
A. Latar Belakang	11
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Batasan Masalah	13
D. Tujuan Penelitian	13
E. Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
A. Landasan Teori.....	15
1. Kualitas Pelayanan.....	15
2. Pengertian Keputusan Pembelian	17
3. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Keputusan Pembelian	19
B. Kerangka Teori	21
C. Kerangka Konsep.....	21
D. Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
A. Jenis Penelitian.....	23
B. Tempat dan Waktu Penelitian	24
C. Populasi dan Sampel	24
D. Teknik Pengambilan Sampel	25
E. Sumber Data.....	26

F. Metode Pengumpulan Data	27
G. Analisis Data	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
A. Sejarah Optik Banana	34
B. Pembahasan	35
BAB V PENUTUP	43
A. Kesimpulan	43
B. Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	46

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional	31
Tabel 4. 1 Hasil Distibusi Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4. 2 Hasil Distribusi Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Kualitas pelayanan (Variabel X)	37
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Variabel Y)	37
Tabel 4. 5 Hasil Uji Realibility (Variabel X)	38
Tabel 4. 6 Hasil Uji Realibility (Variabel Y)	39
Tabel 4. 7 Uji normalitas one-sample kolmogorov-smirnov test	39
Tabel 4. 8 Uji Regresi Linear sederhana.....	40
Tabel 4. 9 Hasil Uji Hipotesis	42

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi yang sekarang ini semakin modern, kacamata tidak hanya dianggap sebagai kebutuhan praktis, namun juga memiliki makna yang lebih luas, kacamata bisa di gunakan sebagai *fashion* atau penunjang penampilan. Dimana generasi saat ini yang lebih mengikuti perkembangan *fashion*, hal itu menjadi peluang empuk bagi para pengusaha optikal, mereka terus berupaya memberikan produk-produk inovasi terbaik dan terbaru, selain daripada itu para pengusaha juga harus di tuntut jeli guna menarik hati para pembeli kacamata agar bisa menjadi pelanggan tetap di optik miliknya.

Untuk bersaing di pasaran, perusahaan optikal perlu menyajikan produk dan layanan berkualitas baik, termasuk harga yang kompetitif dan pelayanan yang memuaskan, optikal secara terus menerus berusaha meningkatkan pelayanan dan memperbaiki fasilitas mereka dengan tujuan menarik pelanggan dan mencapai keunggulan dalam persaingan. Penting bagi pengusaha optikal untuk memiliki pemahaman yang baik tentang tingkat kualitas pelayanan yang telah mereka laksanakan sejauh ini. Dengan melakukan analisis terhadap persepsi pelanggan terkait kualitas pelayanan yang telah diberikan, optikal dapat melakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan yang telah dilaksanakan sebelumnya. Hal ini memungkinkan optikal untuk

mengidentifikasi area perbaikan yang diperlukan guna meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Menurut Wyckof, kualitas pelayanan merujuk pada tingkat keunggulan yang diinginkan dan diutamakan oleh para pengusaha, dengan tujuan memenuhi keinginan dan kepuasan pelanggan (Elis Reynata, 2015). Kotler (2012), berpendapat bahwa mutu layanan harus dimulai dengan pemahaman terhadap keperluan pelanggan dan berakhir dengan tanggapan pelanggan terhadap layanan yang diberikan (Maramis, 2018). Dalam memberikan pelayanan optikal, penting untuk menjadikan orientasi pelanggan sebagai prioritas utama. Untuk dapat bersaing dalam kompetisi perdagangan, setiap pelaku usaha optikal harus memberikan pelayanan yang maksimal. Hal ini merupakan keharusan yang tidak dapat di toleransi. Kegiatan pelayanan pelanggan harus sesuai dengan keputusan menteri kesehatan nomor 41 tahun 2015 yang mengatur standar pelayanan Refraksi Optisi/Optometriss.

Selain itu Optikal juga di atur pada permenkes 14 tahun 2021 sebagai fasilitas layanan kesehatan sehingga menjadikan poin penting bagi para pengusaha optik untuk memberikan pelayanan demi terciptanya kepuasan pelanggan seperti yang di inginkan. Dengan mengacu pada latar belakang yang telah penulis uraikan, penulis merasa tertarik untuk menjalankan studi di Optik Banana Depok. Oleh sebab itu, penulis ingin menyusun penelitian ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Keputusan Pembelian di Optik Banana Depok”.

B. Rumusan Masalah

Berlandaskan pada eksposisi pendahuluan yang telah penulis jelaskan sebelumnya, inti dari permasalahan yang akan dijadikan fokus dalam penelitian ini dapat diartikulasikan yaitu :

1. Apakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian kacamata di Optik Banana Depok signifikan ?

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini terdapat 2 batasan masalah yaitu meliputi :

1. Karya tulis ilmiah pada Penelitian ini hanya difokuskan pada Optik Banana Depok
2. Menerapkan dua variabel, yakni pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menginvestigasi apakah mutu layanan memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Optik Banana Depok

E. Manfaat Penelitian

Harapannya, penulis berharap agar penelitian ini dapat menghasilkan keuntungan dan signifikansi bagi semua pihak yang terlibat, terutama bagi mereka yang memiliki kepentingan langsung terkait dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini. Pihak-pihak yang di harapkan mendapat manfaat meliputi :

1. Bagi akademisi

- a. Harapannya, studi ini dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan dalam ranah manajemen pemasaran.
- b. Penulis berharap agar penelitian ini mampu memberikan pandangan dan pemahaman mutu atau kualitas layanan yang lebih mendalam
- c. Harapannya, untuk kedepanya penelitian ini mampu menjadi acuan/gambaran pemikiran kepada pihak-pihak yang memerlukan.

2. Bagi praktisi

- a. Tujuan penulis melakukan penelitian ini agar dapat menjadi pemahaman mengenai hubungan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian kacamata di Optik Bana

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kualitas Pelayanan

Para pelaku usaha diharuskan untuk menjalankan kualitas pelayanan terbaik sebagai suatu kebutuhan yang tidak dapat diabaikan, hal ini diperlukan agar mereka dapat bertahan dan tetap mempertahankan kepercayaan pelanggan. Kepuasan pelanggan yang tercapai memiliki manfaat, di antaranya menciptakan hubungan yang harmonis antara pelaku usaha dan pelanggan. Membentuk loyalitas pembeli, dan juga menciptakan rekomendasi positif dari mulut ke mulut, sehingga hal ini dapat mendorong terciptanya pembelian ulang, yang secara keseluruhan memberikan dampak positif bagi usaha itu sendiri.

Menurut Kotler (Alma, 2007:286) dikutip oleh Dinata (2019), Mutu pelayanan adalah strategi yang diimplementasikan oleh perusahaan untuk terus meningkatkan mutu produk dan layanan yang dihasilkan perusahaan. Dalam pandangan Kasmir (2017:47) yang dikutip oleh Anggreni (2021), Definisi dari kualitas pelayanan adalah perbuatan atau perilaku yang dilakukan oleh individu atau lembaga dengan niat untuk memastikan kepuasan pelanggan atau karyawan.

Menurut Aria dan Atik (2018:16) yang dikutip oleh Raintung (2021), Mutu layanan merupakan unsur yang memiliki signifikansi besar yang perlu diberikan perhatian dalam penyediaan pelayanan berkualitas tinggi.

Kualitas layanan menjadi pusat perhatian utama bagi pengusaha karena memiliki dampak langsung terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan pelanggan timbul saat pelayanan yang disediakan berkualitas tinggi dan memadai.

a. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dalam Arni Purwani dan Wahdiniwaty (2017:65), komponen-komponen kualitas pelayanan meliputi :

- 1) *Reliability* : Keahlian untuk menyajikan layanan yang dapat dipercaya dan tepat.
- 2) *Responsiveness* : Kemauan untuk mendukung pelanggan dan menyediakan pelayanan yang tanggap.
- 3) *Assurances* : memberikan jaminan kualitas sehingga pelanggan merasa percaya dan yakin.
- 4) *Empati (Empathy)* : perhatian individu terhadap keinginan dan kebutuhan pembeli.
- 5) *Benda Nyata (Tangibles)* : penampilan fisik fasilitas, peralatan, saran, dan prasarana yang digunakan dalam pelayanan (Surbakti 2022).

2. Pengertian Keputusan Pembelian

Seiring dengan kemajuan perekonomian dan teknologi pada masa sekarang ini para pelaku usaha di tuntut dapat membuat strategi-strategi yang tepat terutama dalam sektor pemasaran. Oleh karna itu pelaku usaha penting untuk memperoleh pemahaman yang baik atau melakukan studi tentang perilaku konsumen dalam konteks pengambilan keputusan pembelian.

Menurut Peter dan Olson (2013:163), dikutip oleh Khasanah (2015), keputusan pembelian merupakan tahap penilaian yang dilakukan oleh calon pelanggan guna membandingkan informasi yang dimiliki mengenai berbagai alternatif produk, lalu memilih salah satunya.

Kotler dan Keller (2012:227) mendefinisikan keputusan pembelian terbentuk melalui serangkaian lima langkah yakni : mengenali masalah, mencari informasi, mengevaluasi pilihan alternatif, merasakan kepuasan dari pembelian, dan melakukan tindakan setelah pembelian. Tahapan ini dimulai sebelum tindakan pembelian sebenarnya terjadi dan berdampak dalam jangka waktu yang panjang setelahnya (Cahyono,2020).

1. Proses Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:176), terdapat lima tahap dalam proses keputusan pembelian, yang meliputi :

a. Pengenalan masalah

Tahap awal pembelian dimulai dengan pengenalan akan

kebutuhan, di mana pelanggan mengakui adanya permasalahan atau keinginan yang perlu diatasi. Kebutuhan ini bisa muncul sebagai respons internal ketika seseorang merasakan kebutuhan yang alami, atau bisa diinduksi oleh rangsangan dari luar.

b. Pencarian informasi

Para konsumen memiliki alternatif untuk menyimpan kebutuhan dalam ingatan mereka atau menjalankan upaya mencari informasi yang terhubung dengan kebutuhan tersebut. Mereka bisa secara aktif mencari informasi melalui internet, berinteraksi dengan teman-teman, dan mengumpulkan data melalui beragam metode lainnya. (wulandari,2015)

c. Mengevaluasi Alternatif

Setelah konsumen menggunakan atau mencari informasi, mereka mencapai tahapan mempertimbangkan berbagai merek melalui beberapa proses pembelian yang bervariasi tergantung pada konsumen individu dan situasi pembelian yang spesifik. Bebrapakonsumen menggunakan perhitungan yang cermat dan pemikiran logis dalam memilih produk, sementara sebagian lainnya lebih mengandalkan dorongan dan mengikuti intuisi mereka dalam proses pembelian.

d. Keputusan Pembelian

Pada saat evaluasi, pelanggan melakukan penilaian

terhadap berbagai merek dan membentuk nilai pembelian. Biasanya, para pelanggan cenderung melakukan pembelian sesuai merek yang menjadi favorit mereka. Tetapi, ada faktor yang dapat memengaruhi hubungan antara niat untuk membeli dan tindakan pembelian. Faktor awal adalah persepsi individu terhadap produk, sementara faktor kedua adalah situasi yang tak terduga yang dapat mempengaruhi. Walaupun konsumen mungkin telah mengembangkan maksud untuk membeli berdasarkan pertimbangan pendapatan yang diantisipasi serta manfaat yang diharapkan dari produk, kejadian yang tak terduga dapat mengubah maksud pembelian tersebut.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah melalui serangkaian proses pembelian, pelanggan memiliki kemungkinan untuk merasa puas ataupun merasa tidak puas, dan hal ini akan tercermin dalam tindakan setelah pembelian yang memiliki implikasi signifikan bagi penjual. Tingkat kepuasan konsumen tergantung pada sejauh mana harapan konsumen terpenuhi dan kinerja produk yang dirasakan secara langsung

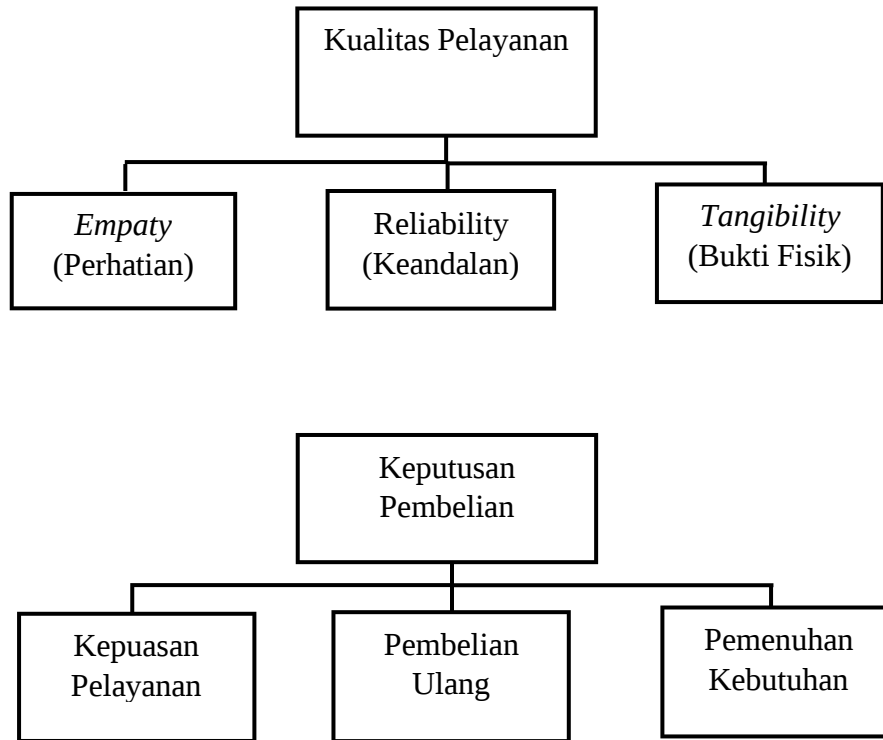
3. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Keputusan Pembelian

Tjiptono (2009), mengatakan bahwa kualitas pelayanan mencerminkan tingkat keunggulan yang diantisipasi dan usaha-usaha yang

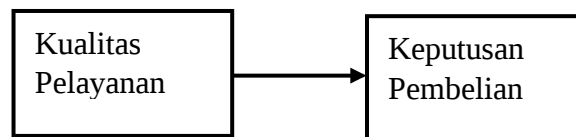
dilakukan untuk memenuhi preferensi pelanggan. (Lubis,2016) , jika pelayanan atau jasa yang diterima sejalan dengan harapan konsumen, maka kualitas pelayanan atau jasa dianggap cukup dan memuaskan. Ketika pelayanan atau jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka mutu pelayanan atau jasa dianggap sebagai standar kualitas yang optimal. Namun, jika pelayanan atau jasa yang diterima tidak memenuhi harapan konsumen, maka kualitas pelayanan atau jasa akan di anggap rendah.

Kodu (2013), mengemukakan bahwa adanya kualitas pelayanan yang superior berdampak positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Tidak hanya itu, pelayanan yang unggul juga memiliki potensi dalam membentuk hubungan kuat antara pelanggan dan perusahaan (Soenawan & dkk,2017).

B. Kerangka Teori



C. Kerangka Konsep



D. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2011), Hipotesis adalah jawaban awal terhadap pertanyaan yang diajukan dalam perumusan masalah, dan perlu diuji keabsahannya melalui proses penelitian (Am,2020).

Hipotesis yang dinyatakan dalam penelitian ini mengidentifikasi bahwa adanya keterkaitan antara kualitas pelayanan dan keputusan untuk melakukan pembelian.

H0 : Dari penelitian ini ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan tidak berperan secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Optik Banana Depok.

H1 : Dari penelitian ini mengidentifikasi bahwa adanya kualitas Pelayanan memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Optik Banana Depok.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Arikunto dan Suharsimi (2013:17), mengungkapkan bahwa kesuksesan suatu penelitian sangat bergantung pada penerapan metode yang sesuai. Dengan menggunakan metode yang benar, peneliti diharapkan dapat mencapai hasil yang objektif (Wahyuni,2016). Dengan memerhatikan isu yang dianalisis serta tujuan penelitian, maka jenis penelitian ini dapat diperinci sebagai penelitian *eks post facto*, yaitu suatu “pengalaman yang dilakukan setelah kejadian awal”. Karena alasan ini, penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif, mengingat bahwa data yang akan dianalisis terdiri dari angka-angka, dan tujuan utama dari penelitian ini adalah mengenali sejauh mana dampak antara variabel yang sedang diteliti.

Sugiyono (sebagaimana dikutip oleh RB Pratama,2019:2), menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang berakar pada filsafat positivisme. Pendekatan ini digunakan untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu dengan menghimpun data melalui instrumen penelitian. Analisis data dalam penelitian kuantitatif bersifat angka atau statistik, dengan maksud untuk menguji hipotesis yang telah diajukan sebelumnya (Tanjung & dkk,2021).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Banana Optical yang berlokasi di Jalan Sawo Jalan Margonda Raya No.5, Pondok Cina, Depok, Jawa Barat 16462.

2. Waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam rentan waktu dari bulan Maret 2023 hingga April 2023

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam konteks penelitian mengacu pada daerah atau kelompok yang hendak diselidiki oleh peneliti. Seperti yang diungkapkan oleh Sugiono (2011:80), populasi merupakan area generalisasi yang meliputi objek atau subjek yang memiliki atribut dan sifat-sifat khusus yang ditetapkan oleh peneliti sebagai obyek penelitian, yang kemudian akan membentuk dasar kesimpulan (Imron,2019).

Populasi dalam rangka penelitian ini meliputi individu-individu yang melakukan pembelian di Optik Banana Depok pada bulan Maret sampai April pada tahun 2023.

2. Sampel

Sugiyono (2014:116) menjelaskan bahwa sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Mokoagow,20180). Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui dengan pasti.

Sampel penelitian ini ialah sebagian atau perwakilan dari populasi yang diteliti (Dahlan,2010). Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan adalah sampling jenuh. Jumlah sampel yang di ambil untuk penelitian ini adalah 80 pelanggan di Optik Banana Depok.

Berikut adalah eksklusi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pembeli/pelanggan Optik Banana yang membeli baik itu kacamata, lensa kacamata, lensa kontak.

a. Kriteria eksklusi

- 1). Pelanggan Optik Banana yang hanya sevice kacamata

D. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2016:85), purposive sampling adalah metode pengambilan sampel dengan mempertimbangkan kriteria atau pertimbangan tertentu (Komala & dkk,2017). Sugiyono (2016:85),mengungkapkan bahwa teknik purposive sampling dipilih karena cocok digunakan dalam penelitian kuantitatif, atau dalam penelitian yang tidak bertujuan melakukan generalisasi (RA,2021).

Individu yang menjadi sampel dalam studi ini adalah para konsumen atau pembeli di Optik Banana yang berlokasi di Jl. Margonda Raya No.5, Pondok Cina, Depok, Jawa Barat.

E. Sumber Data

Guna memastikan data yang relevan dengan prosedur penulisan karya tulisilmiah ini, penulis mengumpulkan data dari berbagai sumber yang mendukung pembahasan ini. Berikut adalah data yang dibutuhkan:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan dan diolah oleh peneliti sendiri melalui penggunaan kuisisioner yang disebarkan kepada responden. Dalam penelitian ini, data primer yang digunakan mencakup informasi tentang pelayanan dan kepuasan pembelian.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah jenis data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui perantara. Informasi ini telah dikumpulkan dan direkam oleh pihak lain sebelumnya, lalu dipublikasikan. Beberapa contoh data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini meliputi : data laporan penjualan selama 1 bulan, dokumentasi berupa pelayanan-pelayanan yang dilakukan di Optik Banana Depok dalam 2 bulan terakhir.

Dalam rangka studi ini, data yang diaplikasikan adalah data primer, yaitu data yang secara langsung dikumpulkan oleh peneliti melalui

kuisisioner atau wawancara dengan responden, untuk meningkatkan efisiensi dalam mendapatkan data dari responden, peneliti memilih menggunakan metode kuesioner. Kuesioner yang di gunakan peneliti menggunakan skala ordinal dengan menggunakan lima pilihan jawaban, yaitu : sangat tidak setuju (sts), tidak setuju (ts), netral (n), setuju (s), sangat setuju (ss).

F. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan informasi dalam proses penelitian memiliki peran yang signifikan karena terkait dengan ketersediaan data yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan dalam penelitian, sehingga kesimpulan yang dihasilkan menjadi lebih tepat. Oleh karena itu, dalam konteks penelitian, pendekatan pengumpulan data perlu dilakukan secara hati-hati dan akurat. Dalam rangka penelitian ini, digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Metode Angket (Kuisisioner)

Sugiyono (2017:199) menguraikan bahwa kuesioner atau angket adalah metode pengumpulan informasi yang dilaksanakan dengan cara menyajikan sekelompok pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden guna mendapatkan tanggapan (Yuliantik,2018).

Kuesioner ini di tunjukan kepada pembeli/customer di Optik Banana Depok untuk mengetahui persepsi responden (pembeli) tentang ambiguitas peran pelayanan.

G. Analisis Data

1. Uji Validasi

Ghozali (2009) menjelaskan bahwa Uji validitas digunakan untuk mengukur seberapa akurat atau tepat suatu kuesioner dianggap valid dalam mengukur variabel-variabel yang diteliti. Program SPSS (Statistic Package and Social Science) digunakan dalam pelaksanaan uji validitas ini. Para peneliti menggunakan teknik pengujian validitas dengan menggunakan korelasi bivariat pearson (koefisien korelasi pearson). Analisis dilaksanakan dengan cara menghubungkan tiap nilai item dengan total nilai keseluruhan. Nilai total adalah hasil penjumlahan dari seluruh item yang ada dalam kuesioner. Dalam menentukan validitas suatu kuesioner, langkah-langkah yang dapat diikuti adalah sebagai berikut :

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dinyatakan valid
 - b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan tidak valid
- (Yulianti & dkk, 2017).

2. Uji Reliability

Uji reliabilitas adalah sarana untuk mengukur konsistensi kuesioner, yang mencerminkan stabilitas variabel atau konstruk. Kuesioner dianggap memiliki reliabilitas atau keandalan jika tanggapan seseorang terhadap pertanyaan tetap konsisten sepanjang waktu (Ghozali, 2006, halaman 7).

3. Uji Normalitas

Ghozali telah menjelaskan bahwa uji normalitas dilakukan dengan niat untuk menguji apakah distribusi dari variabel bebas, variabel tergantung, atau keduanya dalam suatu model regresi berbentuk distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2016). Jika distribusi suatu variabel tidak mengikuti pola normal, maka dampaknya bisa memengaruhi hasil uji statistik dan mengurangi akurasi kinerjanya. Dalam uji normalitas data ini, digunakan uji one sample Kolmogorov-Smirnov dengan ketentuan bahwa apabila nilai signifikansi melebihi 0,05 atau 5%, maka data dianggap menunjukkan distribusi yang normal. Sebaliknya, apabila hasil uji one sample Kolmogorov-Smirnov berada di bawah 0,05 atau 5%, data dianggap tidak mengikuti distribusi normal (Yulianti & dkk, 2017)

4. Uji Regresi Linear Sederhana

Sugiyono (2017) menguraikan bahwa regresi linier tunggal adalah suatu analisis yang berdasarkan hubungan fungsional atau kausal antara satu variabel bebas dan satu variabel terikat.

Berikut adalah persamaan untuk regresi linear sederhana :

$$Y = + bX$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian (variabel dependen) a = Bilangan Konstan

b = koefisien arah regresi linear

X = Variabel Kualitas pelayanan (variabel independent) (BP, 2021).

5. Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini, dilakukan pengujian hipotesis dengan tujuan menguji serta mengkonfirmasi hipotesis mana yang dapat diakui. Uji hipotesis juga bertujuan untuk memberikan jawaban terhadap rumusan masalah pertama dalam penelitian ini. Tujuan dari pengujian hipotesis dalam studi ini adalah untuk menentukan apakah terdapat pengaruh variabel X (kualitas pelayanan) terhadap variabel Y (keputusan pembelian) di Optik Banana Depok. Berikut merupakan rumusan uji t yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan peneliti :

$$t \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1+r^2}}$$

Keterangan :

T = nilai uji t

r = Koefisien korelasi = jumlah sampel

Berikut ini adalah kaidah atau prosedur dalam pengujian hipotesis mengenai pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian di Optik Banana Depok:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a ditolak

Jika $t_{hitung} < r_{tabel}$, maka H_1 diterima

Penetapan Hipotesis Nol (H_0) dan Hipotesis alternative (H_a) sebagai berikut:

- a. $H_0 : \rho = 0$ tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap putusan pembelian kacamata.
- b. $H_a : \rho \neq 0$ terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap putusan pembelian kacamata (BP, 2021).

6. Definisi Operasional

Sugiyono (2015) menjelaskan bahwa definisi operasional dalam Variabel penelitian merupakan dekomposisi dari sebuah ciri, karakteristik, atau nilai dari suatu objek atau kegiatan yang menunjukkan variasi khusus yang telah ditetapkan oleh penyelidik untuk diinvestigasi dan dianalisis guna merumuskan kesimpulan. Pada penelitian ini, terdapat satu variabel utama yang menjadi objek penelitian, yaitu Kualitas Pelayanan

Tabel 3. 1
Definisi Operasional

No	Variabe	Definisi	Dimensi	Indikator	Hasil	Skala
1.	Kualitas Pelayanan	Kualitas pelayanan merupakan komponen yang harus diperhatikan dalam memberikan kualitas pelayanan	<i>Reliability</i> (kehandalan)	1. Pelayanan kebutuhan pelanggan 2. ketepatan waktu pembuatan kacamata	3. Sangat tidak setuju = 1 4. Tidak setuju =2	Ordinal

2.	Keputusan pembelian	merupakan titik sentral bagi pelaku usaha karena mempunyai pengaruh kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen akan muncul apabila kualitas pelayanan yang diberikan dengan baik	Empaty (perhatian)	1. keramahan pegawai terhadap pelanggan	5. Netral =3	
		Keputusan pembelian adalah proses evaluasi yang dilakukan oleh calon konsumen untuk mengkomendasikan pengetahuan yang dimiliki terhadap pilihan dua atau lebih alternatif produk dan memilih salah satu di antaranya	Tangibility (bukti fisik)	2. Pelayanan yang maksimal kepada pelanggan	6. Setuju =4	
			Pemenuhan kebutuhan	1. Kenyamanan Tempat tunggu	7. Sangat setuju =5	
			Kepuasan pelayanan	1. Kepuasan terhadap pelayanan		

			Pembelian ulang	1. Menjadikan pelengkap tetap 2. Merekomendasikan kepada teman dan keluarga		
--	--	--	-----------------	--	--	--

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Optik Banana

1. Profil Optik Banana

Optik Banana berdiri pada tanggal 19 september 2019 di Jl. Sawo Jl. Margonda Raya No. 5, Pondok Cina, Depok, Jawa Barat 16462. Optik Banana sendiri di dirikan oleh bapak Amin Sempena , nama Optik Banana di ambil dari nama banyu , nanang , dan naura dan di singkat menjadi Optik Banana yang sekarang ini. Optik banana melayani pemeriksaan mata dengan sistem komputer dan menyediakan frame, sunglass yang berkualitas.

2. Visi dan Misi Optik Banana

a. Visi

Mengutamakan Kualitas Pelayanan dan Kinerja yang superior di bidang Optikal.

b. Misi

- 1) Memberikan layanan unggul dan solusi terbaik untuk masalah kesehatan mata.
- 2) Menghadirkan lingkungan optimal bagi para pegawai sebagai mitra untuk berkarya dan mencapai prestasi.

- 3) Meningkatkan kesadaran dan perhatian terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar.

B. Pembahasan

1. Identitas data responden

Tabel 4. 1
Hasil Distibusi Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	40	50.0	50.0	50.0
Perempuan	40	50.0	50.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin berjumlah 80 orang, dengan total jumlah kelamin laki-laki berjumlah 40 orang (50,0%), dan jumlah jenis kelamin perempuan berjumlah 40 orang (50,0%), maka total keseluruhan responden yaitu 80 orang (100%).

Tabel 4. 2
Hasil Distribusi Berdasarkan Usia

Usia	N	%
17 thn-21thn	14	17,5%
22 thn-26 thn	30	37,5%
27 thn-31 thn	16	20,0%
32 thn- 36 thn	5	6,3%
37 thn- 41 thn	2	2,5%
42 thn- 46 thn	2	2,5%
47 thn- 46 thn	4	5,0%
47 thn- 51 thn	4	5,0%
52 thn- 56 thn	3	3,8%

Jumlah responden berdasarkan usia adalah sebagai berikut, dengan jumlah responden usia 17 tahun sampai 21 tahun berjumlah 14 orang

(17,5%), jumlah responden usia 22 tahun sampai 26 tahun berjumlah 30 orang (37,5%), jumlah responden usia 27 tahun sampai 31 tahun berjumlah 16 orang (20.0%), jumlah responden usia 32 tahun sampai 36 tahun berjumlah 5 orang (6,3%), jumlah responden usia 37 tahun sampai 41 tahun berjumlah 2 orang (2,5%), jumlah responden usia 42 tahun sampai 46 tahun berjumlah 2 orang (2,5%), jumlah responden usia 47 tahun sampai 51 tahun berjumlah 4 orang (5,0%), jumlah responden usia 52 tahun sampai 56 tahun berjumlah 4 orang (5,0%), jumlah responden usia 57 tahun sampai 61 tahun berjumlah 3 orang (3,8%). Berdasarkan tabel di atas responden dengan usia 22 tahun sampai 26 tahun merupakan yang paling banyak yaitu (37,5%) , serta responden dengan usia 37 tahun sampai 41 tahun dan 42 tahun sampai 46 tahun merupakan yang paling sedikit yaitu masing-masing (2,5%).

2. Analisa Data

a. Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk menilai apakah suatu kuesioner memiliki validitas atau tidak. Validitas menggambarkan sejauh mana kesesuaian antara fakta yang terjadi pada objek penelitian dengan informasi yang diungkapkan oleh peneliti, sehingga data yang dipresentasikan sejajar dengan realitas yang ditemukan dalam objek penelitian tersebut.

Suatu kuesioner dianggap memiliki validitas jika mampu dengan akurat menggambarkan data dari variabel yang sedang diselidiki. Instrumen dianggap sah apabila nilai korelasi yang dihitung (r hitung) melebihi nilai korelasi tabel (r tabel) . Tabel di bawah ini menunjukkan hasil dari pengujian validitas:

Tabel 4. 3
Hasil Uji Validitas Kualitas pelayanan (Variabel X)

No	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0,619	0,2199	Valid
2	0,603	0,2199	Valid
3	0,710	0,2199	Valid
4	0,588	0,2199	Valid
5	0,377	0,2199	Valid

Dari tabel yang telah disajikan sebelumnya, kesimpulan yang dapat diambil adalah uji validitas terhadap variabel X yang melibatkan 80 responden dan 5 pertanyaan dianggap valid. Hal ini terlihat dari fakta bahwa nilai r hitung melebihi r tabel (0,2199).

Tabel 4. 4
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Variabel Y)

No	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0,458	0,2199	Valid
2	0,521	0,2199	Valid
3	0,623	0,2199	Valid

4	0,434	0,2199	Valid
5	0,574	0,2199	Valid

Dari data yang tercantum dalam tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa uji validitas terhadap variabel Y yang melibatkan 80 responden dan 5 pertanyaan telah terbukti valid. Ini dapat diperhatikan karena nilai r hitung melebihi nilai r tabel (0,2199)

b. Uji Reliabilitas

Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk mengukur sejauh mana konsistensi hasil pengukuran tetap terjaga saat gejala yang serupa diukur menggunakan perangkat pengukur yang identik. Dalam penelitian ini, metode pengukuran reliabilitas yang digunakan adalah koefisien *alpha cronbach*.

Tabel 4. 5
Hasil Uji Realibility (Variabel X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.721	5

Dari informasi yang tertera dalam tabel di atas, untuk variabel X (dampak kualitas layanan), nilai koefisien alpha Cronbach adalah

0,721, melebihi angka 0,5, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji memiliki tingkat reliabilitas yang memadai.

Tabel 4. 6
Hasil Uji Reliability (Variabel Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.681	5

Mengacu pada data reliabilitas di atas, untuk variabel Y (keputusan pembelian), koefisien alpha Cronbach mencapai 0,681, melebihi ambang batas 0,5, yang mengindikasikan bahwa data yang diuji memiliki reliabilitas yang dapat diandalkan.

c. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk memeriksa apakah dalam suatu model regresi, distribusi dari variabel terkait dan variabel bebas keduanya mengikuti distribusi normal atau tidak.

Tabel 4. 7
Uji normalitas one-sample kolmogorov-smirnov test

N		80
Normalitas Parameters	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1.54441197
Most Extreme Differences		.090
		.077
		-.090

Test Statistic		.090
Asymp. Sig. (2-tailed)		.162
Monte Carlo Sig. (2-tailed) Sig.		.102
99% Confidence Interval	Lower Bound	.094
	Upper Bound	.109

Berdasarkan data uji normalitas yang tercatat dalam tabel 4.7 dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi dari seluruh data penelitian melebihi angka 0,05. Oleh karena itu, semua variabel penelitian menunjukkan nilai signifikansi yang lebih besar daripada 0,05 ($p > 0,05$). Sebagai hasilnya, dapat disarankan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini mengikuti distribusi normal.

d. Uji regresi linier sederhana

Regresi Linier Sederhana merupakan pendekatan untuk mengukur sejauh mana hubungan sebab-akibat antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

Tabel 4. 8
Uji Regresi Linear sederhana

Model	R	R Square	Adjusted	Std. Error of the Estimate
1	.206	.043	.030	1.554

Pada tabel di atas, bahwa nilai korelasi antara rasio (R) adalah senilai 0,206. Output yang diperoleh koefisien determinan (R

square) senilai 0,043 artinya pengaruh antara variabel bebas (pengaruh kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) sebesar 0,043%

Dalam tabel yang telah disediakan, terdapat nilai tetap (a) sebesar 17.506 dan nilai koefisien regresi (b) adalah 0.211. Oleh karena itu, Rumusan regresi dapat diungkapkan dalam bentuk sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dengan ketentuan :

Y = Keputusan pembelian

X = Kualitas pelayanan

a = Bilangan konstan

b = Koefisien arah regresi linear

Dari tabel 4.9 diperoleh model persamaan regresi :

$$Y = 17.528 + 0,211 X$$

Persamaan diatas dapat diartikan :

- a). Konstanta sebesar 17.528 mengindikasikan bahwa nilai tetap variabel Y memiliki nilai sebesar 17.528.
- b). Angka koefisien regresi X sebesar 0.221 mengartikan bahwa tiap kenaikan 1% nilai kualitas pelayanan, akan berkontribusi tambahan sekitar 0.221 pada nilai tersebut. Nilai koefisien regresi menunjukkan positif, sehingga dapat dinyatakan bahwa pengaruh variabel X terhadap Y memiliki arah yang positif.

Berdasarkan nilai signifikansi dari tabel koefisien didapatkan

nilai signifikansi sebesar $0,221 > 0,05$. Maka, dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

e. Uji Hipotesis

Tabel 4. 9
Hasil Uji Hipotesis

Variabel	T Tabel	T Hitung	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X) dan keputusan Pembelian	1.861	1.990	Tidak terdapat Pengaruh antara Variabel (X) dan Variabel (Y)

Berdasaraka tabel di atas di dapati nilai $t_h < a$ sebesar 1.861. sedangkan a di dapati nilai sebesar 1.990. Kriteria pengujian nilai t hitung dan t tabel. Bila nilai $t_h < a$, maka H_0 diterima, H_1 ditolak. Bila nilai $t_h > a$, maka H_0 ditolak, H_1 diterima . Dari tabel 4.10, diperlihatkan bahwa nilai $t_h < a$, yakni $0,1861 < 1,990$. Karena itu, H_0 diterima (H_1 ditolak), yang berarti dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat dampak yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Optik Banana Depok.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, secara umum penulis menyimpulkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di optik banana depok yitu H_0 : Tidak terdapat hubungan antara “Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Optik Banana Depok”. Secara khusus dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Menurut hasil uji validitas, pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dapat dianggap sah karena nilai korelasi yang dihitung (r_{hitung}) melebihi nilai korelasi tabel (r_{tabel}). Hasil observasi r tabel yang didapat dari sampel (N) = $80-2 = 78$ sebesar 0,2199. Menunjukkan hasil uji validitas semua instrumen nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Disimpulkan semua instrumen pada penelitian ini dinyatakan valid.
2. Berdasarkan uji reliabilitas dapat dikatakan bahwa untuk variabel X dan Y melebihi ambang batas 0,5, yang mengindikasikan bahwa data yang diuji memiliki reliabilitas yang dapat diandalkan.
3. Berdasarkan hasil uji normalitas, dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal dengan jumlah narasumber 80 orang. Di dapatkan

bahwa data lolos uji normalitas dengan nilai signifikan $> 0,05$ yaitu 0,109. Maka dapat dinyatakan bahwa semua variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal.

4. Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana, pada pengaruh kualitas pelayanan pada keputusan pembelian, dapat diketahui bahwa hal ini didasarkan pada nilai signifikansi. dijelaskan bahwa korelasi atau hubungan (R) memiliki nilai sebesar 0,206. Hasil keseluruhan menunjukkan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,043, yang mengindikasikan bahwa dampak variabel independen (kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) sekitar 4,3%.
5. Berdasarkan uji hipotesis nilai t dapat diketahui bahwa t hitung sebesar $0,1861 < 0,1990$, sehingga bisa disimpulkan variabel pengaruh kualitas pelayanan (X) tidak berpengaruh terhadap variabel Keputusan pembelian (Y) oleh karena itu, hipotesis yang diterima adalah H_0

B. Saran

Berikut adalah beberapa rekomendasi saran yang dapat diberikan oleh peneliti:

1. Bagi Pegawai Banana Optikal

Berdasarkan hasil penelitian dan kajian data yang telah penulis lakukan pegawai optik banana disarankan untuk meningkatkan kualitas pelayanannya, namun kualitas pelayanan bukan pengaruh yang signifikan

terhadap keputusan pembelian. Pegawai banana optik disarankan untuk lebih memperhatikan kenyamanan tempat tunggu, kualitas produk, dan ketersediaan produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

2. Bagi Optometrist

Dari penelitian ini, di harapkan dapat menambah wawasan atau sebagai gambaran bagi Refraksi Optisien yang ingin memulai atau membuka bisnis optik dan sebagai bahan pertimbangan dalam menaikkan volume pembelian kacamata di optik.

DAFTAR PUSTAKA

- Am, P. (2020). BAB III Metode Penelitian. *http*, 44.
- Anggreni, N. P. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOBAR MIE SETAN. *http*, 556.
- BP, W. (2021). BAB III Metode Penelitian. *http*.
- Cahyono, Y. (2020). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. VISTA BANGUN PROPERTINDO. *http*, 2.
- Dinata, A. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Hotel Pantai Gapura Makassar. *http*.
- Elis Reynata, S. (2015). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA CHARLY VHT FAMILY KARAOKE CABANG GARUT). *http*.
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *http*, 21.
- Kemenkes. (2015). Standar Pelayanan Refraksi Optisi/Optometriss. *http*.
- Khasanah, D. M. (2015). ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK PELANGI KEMASAN 600ML DI SEMARANG. *http*, 2.
- Komala, R. D., & dkk. (2017). TINJAUAN IMPLEMENTASI PERSONAL SELLING PADA PT. ASTRA INTERNASIONAL DAIHATSU ASTRA BIZCENTER BANDUNG PADA TAHUN 2017. *http*.
- Korry. (2017). BAB III Metode Penelitian. *http*.
- Lubis, M. S. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA KULIAH PADASTIE PASAMAN. *http*, 78.
- maramis, F. s. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN

KONSUMEN PADAPT. AIR MANADO. *http*.

mokoagow, G. L. (2018). Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Di Alfamidi R.E Martadinata Manado. *http*, 11.

Pelayanan. (2019). *KJO*, 11-13.

RA, F. (2021). BAB III Metode Penelitian . *http*, 33.

Raintung, R. N. (2021). Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan GladBeauty Care Manado. *http*, 141.

Soenawan, A. D., & dkk. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN D'STUPID BAKER SPAZIO GRAHA FAMILY SURABAYA . *http*, 400.

Surbakti, A. (2022). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah pada Perusahaan Asuransi. *http*, 217.

Tanjung, R., & dkk. (2021). JURNAL AKUNTANSI. *http*, 74. Wahyuni, N.

(2016). PENGGUNAAN METODE DRILL DALAM PEMBELAJARAN MATEMATIKA . *http*.

Wulandari, T. (2015). ANALISIS PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA MELALUI EKUITAS MEREK POLITEKNIK PERDANAMANDIRI DAN SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI DAN BISNIS (STIEB) PERDANA MANDIRI PURWAKARTA. *http*.

Yulianti, Y., & dkk. (2017). PENGARUH PENGALAMAN KERJA DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA BAGIAN PEMBANGUNAN SEKRETARIAT KABUPATEN KUTAI TIMUR . *http*.

Yuliantika, V. (2018). PENGARUH AKTIVITAS BELAJAR TERHADAP HASIL BELAJAR SISWA DALAM PEMBELAJARAN SOSIOLOGI KELAS XI IPS MAN 2 PONTIANAK. *http*,

Lampiran 1. Form 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

Petunjuk pengisian kuesioner :

1. Mohon saudara/i membaca sejumlah pertanyaan dibawah ini dengan teliti.
2. Mohon saudara/i memberikan jawaban dengan memberikan tanda (X) pada salah satu pilihan jawaban yang paling tepat sesuai dengan keadaan saudara/i secara objektif.
3. Mohon saudara/i menjawab semua pertanyaan secara lengkap, jujur dan terbuka. Peneliti menjamin kerahasiaan identitas dan jawaban saudara/i sekalian.
4. Untuk partisipasi saudara/i dalam pengisian kuesioner ini, peneliti mengucapkan terima kasih

Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
3. Usia :
4. Pembelian ke berapa :

No	Pertanyaan	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	netral	Setuju	Sangat setuju
Variabel Independen (X)						
1.	Karyawan optik dapat memberikan layanan pemilihan bingkai kacamata, lensa kacamata dan lensa kontak sesuai dengan kebutuhan					
2.	Pelayanan pembuatan kacamata tepat					

	waktu (15 menit)					
3.	Karyawan optik melayani dengan ramah/senyum					
4.	Karyawan optik memberikan pelayanan individual kepada pelanggan					
5.	Kondisi ruang tunggu optik tertata rapi, dan bersih					
Variabel dependen (Y)						
1.	Saya memutuskan membeli di optik banana sesuai dengan kebutuhan saya					
2.	Saya memutuskan membeli karna produk kacamata di optik banana berkualitas					
3.	saya melakukan pembelian karna kepuasan saya terhadap pelayanan yang diberikan					
4	Saya akan melakukan pembelian ulang dan menjadi pelanggan tetap di optik banana karna tingkat pelayanan yang bagus					
5	Saya akan merekomendasikan optik banana kepada teman dan keluarga saya untuk membeli produk yang di					

	butuhkan di optik banana					
--	-----------------------------	--	--	--	--	--

Lampiran 2. Hasil Kuesioner Variabel X

VARIABEL (X)					TOTAL
P1	P2	P3	P4	P5	
5	5	4	3	5	22
4	4	4	4	5	21
4	5	5	4	4	22
4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	3	22
4	5	5	5	5	24
4	5	3	4	4	20
4	4	4	4	5	21
4	5	5	3	4	21
4	5	5	4	4	22
3	4	4	4	5	20
4	4	5	5	4	22
5	5	5	5	4	24
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	5	21
4	4	5	5	5	23
4	5	5	3	5	22
4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	4	23
4	4	5	5	5	23
5	5	5	4	5	24
4	5	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	5	21
5	5	5	4	4	23
4	5	5	5	5	24
4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	4	23
5	5	4	4	5	23
5	4	4	4	4	21
5	4	5	4	4	22
4	4	5	5	4	22
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	4	22
4	5	4	4	5	22
5	5	5	4	4	23

4	5	5	4	4	22
5	5	5	5	3	23
4	5	5	5	4	23
4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	4	23
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	4	24
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	5	22
5	5	5	5	4	24
4	5	5	5	4	23
4	5	4	4	4	21
4	5	5	4	4	22
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	5	21
4	5	5	4	4	22
5	4	4	5	5	23
4	4	5	4	4	21
4	4	4	5	5	22
5	5	5	4	4	23
4	4	4	4	4	20
5	5	5	4	4	23
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	4	22
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	3	3	5	4	19
4	4	4	4	5	21
4	5	5	4	4	22
4	5	5	4	5	23
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	5	23
4	5	5	5	5	24
5	4	5	4	4	22
4	5	4	4	4	21
4	5	5	5	4	23
4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	4	21
5	4	5	4	5	23

5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	5	23
5	4	5	5	4	23

Lampiran 3.Hasil kuisiонер variabel Y

VARIABEL (Y)					
P1	P2	P3	P4	P5	total
4	5	5	5	5	24
5	5	4	5	4	23
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	4	22
5	5	3	5	3	21
5	5	3	4	4	21
3	4	5	4	4	20
5	5	3	4	4	21
5	5	5	5	5	25
3	5	4	4	5	21
4	4	3	5	5	21
5	5	5	4	5	24
4	5	4	5	5	23
4	5	5	3	5	22
5	5	4	5	4	23
5	5	3	4	5	22
5	5	5	4	5	24
4	5	5	4	4	22
4	5	5	5	4	23
5	5	5	4	4	23
4	5	4	5	5	23
5	4	5	5	5	24
4	5	5	4	5	23
5	4	5	5	5	24
5	3	4	4	5	21
5	4	4	5	5	23
5	4	4	4	5	22
5	5	5	4	4	23
4	3	4	4	4	19
5	4	3	5	4	21
4	4	4	4	4	20
5	4	5	5	4	23

4	4	4	4	4	20
4	5	4	5	4	22
4	3	5	4	5	21
5	5	5	4	5	24
5	3	4	4	4	20
5	4	5	3	5	22
4	4	4	5	5	22
4	5	3	4	5	21
4	4	4	4	4	20
5	4	5	3	5	22
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	4	23
5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	4	22
4	4	3	4	4	19
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	5	23
4	5	5	4	4	22
4	5	4	5	3	21
4	4	4	5	4	21
5	5	4	3	4	21
4	5	4	5	4	22
3	4	4	5	4	20
4	5	4	5	4	22
4	5	4	4	4	21
4	5	4	4	4	21
4	4	5	4	5	22
4	4	4	5	5	22
4	5	5	5	5	24
4	4	4	4	4	20
5	5	3	4	4	21
4	3	4	4	4	19
4	5	5	5	5	24
5	4	4	5	4	22
4	4	4	5	5	22
4	4	5	4	5	22
4	4	5	4	4	21
4	5	5	5	5	24
4	4	4	4	4	20
5	4	5	5	5	24

4	5	4	5	5	23
4	5	5	5	4	23
4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	4	23
5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25

Lampiran 4. Hasil SPSS

		Jenis kelamin			
		Frekuensi	Persentase	Valid Persentase	Cumulative Persentase
Valid	17 tahun - 21 tahun	14	17.5	17.5	17.5
	22 tahun - 26 tahun	30	37.5	37.5	55.0
	27 tahun - 31 tahun	16	20.0	20.0	75.0
	32 tahun - 36 tahun	5	6.3	6.3	81.3
	37 tahun - 41 tahun	2	2.5	2.5	83.8
	42 tahun - 46 tahun	2	2.5	2.5	86.3
	47 tahun - 51 tahun	4	5.0	5.0	91.3
	52 tahun - 56 tahun	4	5.0	5.0	96.3
	57 tahun - 61 tahun	3	3.8	3.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

USIA		
	N	%
17 thn - 21thn	14	17.5 %

22 thn - 26thn	30	37.5 %
27 thn - 31thn	16	20.0 %
32 thn - 36thn	5	6.3%
37 thn - 41thn	2	2.5%
42 thn - 46thn	2	2.5%
47 thn - 51thn	4	5.0%
52 thn - 56 thn	4	5.0%
57 thn - 61 thn	3	3.8%

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.721	5

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.681	5

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.54441197
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.077

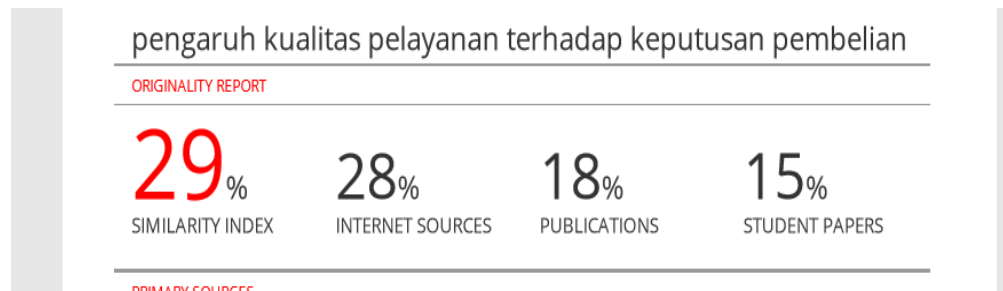
	Negative	-.090
Test Statistic		.090
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.162
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.102

	99% Confidence Interval	Lower Bound	.094
		Upper Bound	.109

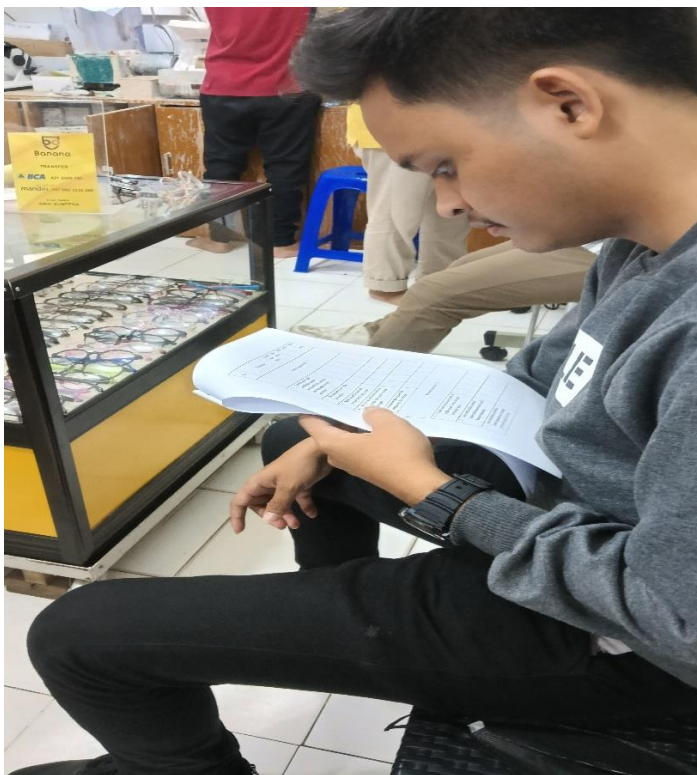
Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.506	2.528		6.925	.000
	Kualitas Pelayanan	.211	.114	.206	1.861	.066

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 5. Hasil Turnitin



Lampiran 6. Dokumentasi





Lampiran 7. Dokumentasi ketepatan waktu pembuatan kacamata
Pemilihan frame



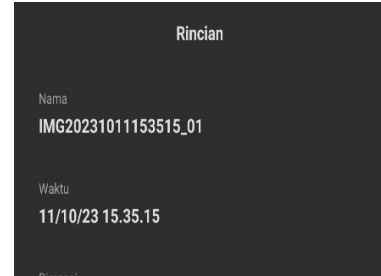
Rincian	
Nama	IMG20231011182747_01
Waktu	11/10/23 18.27.47

selesai proses pembuatan kacamata dan fitting



Rincian	
Nama	IMG20231011183614_01
Waktu	11/10/23 18.36.14

Pemilihan frame



Selesai proses pembuatan kacamata dan fitting

