

PENGARUH HASIL DISPENSING KACAMATA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI OPTIK MALIYA

Wisnu Kriswantoro¹, Joko Sulistyo², Sutopo³

wisnuwisjopo@gmail.com¹, joko_fifas@yahoo.co.id², sutopo30072011@gmail.com³

Politeknik Kesehatan Ummi Khasanah

ABSTRAK

Dispensing optik yang dilakukan secara tepat merupakan faktor penting dalam menghasilkan kacamata yang nyaman, aman, dan sesuai dengan kebutuhan penglihatan konsumen. Kualitas hasil dispensing tidak hanya ditentukan oleh ketepatan pengukuran dan pemasangan lensa, tetapi juga oleh kualitas produk serta ketepatan waktu pelayanan yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Tujuan penelitian yaitu menguji pengaruh hasil dispensing terhadap kepuasan konsumen. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan desain cross sectional. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pelayanan dispensing di Optik Maliya. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling sebanyak 67 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan uji regresi. Hasil penelitian menunjukkan hasil dispensing pada konsumen sebagian besar kategori baik sebesar 97,0%. Tingkat kepuasan sebagian besar konsumen merasa puas sebesar 98,5%. Hasil statistik uji t sebesar 2,822 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,006 artinya terdapat pengaruh positif antara hasil dispensing terhadap kepuasan konsumen, semakin baik hasil dispensing maka konsumen semakin puas,. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara hasil dispensing terhadap kepuasan konsumen, namun diperlukan penelitian lanjutan dengan jumlah sampel yang lebih besar.

Kata Kunci: Hasil Dispensing Kacamata, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

Optical dispensing that is carried out correctly is an important factor in producing glasses that are comfortable, safe, and in accordance with consumer vision needs. The quality of dispensing results is not only determined by the accuracy of lens measurement and installation, but also by product quality and timeliness of service that can affect the level of consumer satisfaction. The purpose of this study is to examine the effect of dispensing results on consumer satisfaction. This type of research is descriptive quantitative with a cross-sectional design. The population in this study were all consumers who used dispensing services at Optik Maliya. Sampling was carried out using a sampling technique using purposive sampling of 67 people. Data collection used a questionnaire. Data analysis used a regression test. The results of the study showed that the results of dispensing for consumers were mostly in the good category at 97.0%. The level of satisfaction of most consumers was satisfied at 98.5%. The statistical result of the t-test was 2.822 with a significance level of 0.006, meaning there was a positive influence between dispensing results on consumer satisfaction, the better the dispensing results, the more satisfied consumers were. Based on the research results, it can be concluded that there is an influence between dispensing results and consumer satisfaction, but further research is needed with a larger sample size.

Keywords: Eyeglass Dispensing Results, Consumer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Dispensing optik merupakan komponen penting dalam koreksi kelainan refraksi. Pengukuran dispensing optik yang tepat dan akurat sangat penting dalam menilai kebutuhan penglihatan, menentukan parameter lensa, dan memastikan koreksi penglihatan yang optimal (Maseedupalli, 2024). Pemeriksaan penglihatan dan pelaksanaan prosedur dispensing optik yang baik dan benar penting untuk kenyamanan penglihatan pengguna kacamata. Pengukuran kesesuaian frame kacamata dengan wajah pemakai yang tidak sesuai,

karena dapat menyebabkan ketidaknyamanan penglihatan seperti asthenopia, penglihatan kabur, dan sakit kepala (Husna et al., 2018).

Kebutuhan kacamata akan meningkat dari waktu ke waktu karena prevalensi terhadap kelainan refraksi semakin tinggi baik karena penyakit mata maupun karena faktor-faktor lain. Oleh sebab itu keahlian dalam mengenal produk kacamata dan teknik penawaran ke konsumen sangat dibutuhkan untuk meningkatkan pelayanan prima di dunia optikal (Chin et al., 2020).

Optik adalah fasilitas yang menyediakan layanan pemeriksaan mata, pemeriksaan refraksi, serta kacamata korektif dan layanan lensa kontak (Pratiwi et al., 2023). Optik selalu berupaya untuk meningkatkan kualitas pemilihan kacamata dan pembaharuan secara terus menerus dengan tujuan untuk menarik pelanggan dan memenangkan persaingan. Serta optik dapat memperoleh kualitas produk kacamata yang dipilih konsumen dapat memperbaiki yang diperlukan sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Pradipta et al., 2023).

Memahami kepuasan pasien atau klien dan pengalaman mereka dengan perawatan medis sangat penting bagi penyedia layanan kesehatan (Razalli et al., 2024). Kepuasan pelanggan di optik merujuk pada sejauh mana pelanggan merasa puas setelah menggunakan layanan dan produk yang disediakan oleh toko optik, seperti pemeriksaan mata, pemilihan kacamata atau lensa, serta pelayanan dari karyawan. Kepuasan ini dicapai ketika produk yang diterima memenuhi kebutuhan visual pelanggan, pelayanan dilakukan secara profesional dan ramah, serta proses pembelian berjalan nyaman dan efisien (D. Y. Maylani et al., 2026).

Kepuasan pelanggan merupakan faktor krusial bagi daya saing klinik optik dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Pelayanan yang baik akan menghasilkan kepuasan yang mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang (re-buying) serta merekomendasikannya kepada orang lain (Yusfita, 2026). Di beberapa optik, keluhan seperti pusing, penglihatan kabur, dan ketidaknyamanan frame sering muncul akibat kesalahan dalam proses dispensing.

Studi pendahuluan di Optik Maliya pada tanggal 10 sampai tanggal 24 April 2026 menunjukkan bahwa secara umum tingkat kepuasan berada pada kategori baik, terutama pada dimensi reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Namun demikian, ditemukan ketidakseimbangan pada dimensi tangibles (kondisi fisik) yang masih berada pada kategori cukup. Temuan ini diperkuat oleh masukan responden yang secara konsisten menyoroti aspek kebersihan, kerapian, serta penataan ruang dan display produk yang belum optimal. Selain itu, pada variabel hasil dispensing, meskipun indikator ketepatan hasil, pelayanan, dan kenyamanan menunjukkan kategori sangat baik, masih terdapat kelemahan pada aspek kualitas produk dan ketepatan waktu pelayanan. Beberapa responden mengungkapkan perlunya peningkatan variasi dan kualitas frame serta konsistensi waktu penyelesaian kacamata.

Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kualitas teknis layanan yang sudah baik dengan aspek pendukung pelayanan yang belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi konsumen. karakteristik responden menunjukkan bahwa sebagian besar berada pada kelompok usia dewasa hingga lansia awal (41–60 tahun), dengan dominasi responden berjenis kelamin laki-laki. Ditinjau dari tingkat pendidikan, mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir SMA, diikuti oleh perguruan tinggi. Selain itu, seluruh responden merupakan pelanggan yang telah melakukan kunjungan lebih dari satu kali ke Optik Maliya, sehingga dapat dikatakan bahwa responden memiliki pengalaman yang cukup dalam menilai kualitas pelayanan dan hasil dispensing yang diberikan. responden dalam penelitian ini merupakan pengguna layanan optik yang relatif berpengalaman dan memiliki kebutuhan

penglihatan yang nyata. Hal ini memperkuat validitas data yang diperoleh, karena penilaian kepuasan dan hasil dispensing didasarkan pada pengalaman langsung yang berulang, bukan sekadar persepsi sesaat.

Kesimpulannya, hasil dispensing merupakan salah satu aspek penting dalam pelayanan optik karena menentukan ketepatan kacamata yang diterima konsumen sesuai dengan kebutuhan koreksi penglihatannya. Kualitas hasil dispensing yang baik tidak hanya mendukung kenyamanan dan ketepatan penggunaan kacamata, tetapi juga dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Konsumen yang memperoleh hasil dispensing sesuai dengan resep, nyaman digunakan, dan memenuhi kebutuhannya cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Sebaliknya, ketidaktepatan hasil dispensing dapat menimbulkan ketidaknyamanan dan ketidakpuasan konsumen. Oleh karena itu, kualitas hasil dispensing menjadi aspek yang penting untuk diperhatikan dalam meningkatkan kepuasan konsumen di optik. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian mengenai pengaruh hasil dispensing terhadap kepuasan konsumen penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kualitas hasil dispensing berperan dalam membentuk kepuasan konsumen serta menjadi bahan evaluasi bagi optik dalam meningkatkan mutu pelayanan.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah ada pengaruh hasil dispensing terhadap kepuasan konsumen di Optik Maliya. Penelitian ini secara umum bertujuan untuk menganalisis pengaruh hasil dispensing terhadap kepuasan konsumen di Optik Maliya. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hasil dispensing pada konsumen di Optik Maliya, mengukur tingkat kepuasan konsumen di Optik Maliya, serta menguji pengaruh hasil dispensing terhadap kepuasan konsumen di Optik Maliya.

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan literatur dalam bidang refraksi optik, khususnya mengenai kualitas hasil dispensing dan kaitannya dengan kepuasan konsumen. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Optik Maliya dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan proses dispensing, serta menjadi bahan evaluasi bagi praktisi refraksi optik untuk meningkatkan ketepatan, akurasi, dan kualitas hasil kerja. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi dan bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian lanjutan yang berkaitan dengan hasil dispensing dan kepuasan konsumen.

Kacamata merupakan alat bantu penglihatan yang digunakan secara eksternal untuk membantu memfokuskan cahaya ke retina. Kacamata merupakan metode koreksi yang paling umum digunakan karena mudah dan aman. Kelebihan utama kacamata adalah tidak bersentuhan langsung dengan mata sehingga risiko infeksi sangat rendah. Selain itu, kacamata mudah digunakan dan tidak memerlukan perawatan khusus seperti lensa kontak. Bentuk frame seperti bulat, kotak, oval, hingga variasi bahan dari plastik, logam, kayu, atau kombinasi, memberikan dampak berbeda terhadap visual dan estetika pengguna, sehingga konsumen membutuhkan pemahaman yang cukup agar frame yang dipilih tidak hanya nyaman digunakan tetapi juga menonjolkan daya tarik estetika (Darmono, 2025).

Lensa kontak merupakan alat bantu penglihatan yang digunakan dengan cara ditempatkan langsung pada permukaan kornea untuk memperbaiki gangguan refraksi. Penggunaan lensa kontak memberikan keuntungan berupa bidang pandang yang lebih luas dan tidak terhalang oleh frame seperti pada kacamata (Rosmerry Simanjuntak, 2025). Selain itu, lensa kontak memiliki nilai estetika yang tinggi sehingga banyak digunakan oleh kalangan remaja dan mahasiswa. Pengguna merasa lebih percaya diri karena tidak terlihat menggunakan alat bantu penglihatan. Hal ini menjadikan lensa kontak sebagai bagian dari gaya hidup modern (Pratiwi, 2023). Namun, penggunaan lensa kontak juga memiliki risiko kesehatan, terutama jika tidak digunakan dengan benar. Risiko tersebut meliputi iritasi, mata

kering, hingga infeksi kornea. Penggunaan yang tidak higienis dapat memperburuk kondisi mata dan menyebabkan komplikasi serius (Muhammad et al., 2023).

Dispensing optik merupakan proses pelayanan profesional dalam penyerahan alat bantu penglihatan seperti kacamata dan lensa kontak kepada pasien, yang meliputi interpretasi resep, pemilihan frame dan lensa, penyesuaian, serta edukasi penggunaan. Kegiatan dispensing optik biasanya dilakukan oleh seorang Optisi Dispenser atau Refraksionis Optisien yang memiliki kompetensi dalam pelayanan alat bantu penglihatan. Proses ini mencakup beberapa tahap utama, yaitu interpretasi resep untuk memahami hasil pemeriksaan mata dan menentukan jenis lensa yang dibutuhkan. Selanjutnya dilakukan pemilihan bingkai (frame selection) dengan mempertimbangkan bentuk wajah, gaya hidup, serta kesesuaian dengan jenis dan ketebalan lensa. Tahap berikutnya adalah pengukuran geometris wajah, seperti jarak pupil (pupillary distance), vertex distance, dan pantoscopic tilt guna memastikan akurasi fokus dan kenyamanan penggunaan. Setelah itu dilakukan proses laboratorium (faset), yaitu pemotongan (edging) dan pemasangan lensa ke dalam bingkai. Tahap akhir adalah penyelarasan (final fitting), yaitu penyesuaian posisi kacamata pada hidung dan telinga agar pusat optik lensa berada tepat di depan pupil sehingga memberikan kenyamanan dan kualitas penglihatan yang optimal (Maylani et al., 2025).

Faktor yang memengaruhi hasil dispensing meliputi karakteristik dan kebutuhan visual konsumen, kualitas informasi dan edukasi, serta pelayanan purna jual (after-sales service). Karakteristik dan kebutuhan visual konsumen perlu diperhatikan karena setiap individu memiliki kondisi penglihatan, aktivitas, bentuk anatomi wajah, serta preferensi estetika yang berbeda sehingga pemilihan lensa dan frame harus disesuaikan secara tepat. Selain itu, kualitas informasi dan edukasi yang diberikan petugas mengenai jenis lensa, coating, cara penggunaan, perawatan, serta masa adaptasi dapat membantu konsumen memahami dan menggunakan kacamata dengan benar. Faktor berikutnya adalah pelayanan purna jual yang mencakup pemeriksaan ulang, penyesuaian frame, penanganan keluhan, dan konsultasi setelah kacamata diterima. Ketiga faktor tersebut saling mendukung dalam menghasilkan kacamata yang tepat secara optik, nyaman digunakan, sesuai kebutuhan konsumen, dan pada akhirnya dapat meningkatkan kualitas hasil dispensing serta kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang dirasakan dengan harapan. Menurut konsep pemasaran, kepuasan terjadi ketika kinerja $\geq$ harapan. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu tujuan utama dalam menjalankan usaha karena berperan penting dalam keberlangsungan bisnis. Kepuasan konsumen merupakan hal yang harus diutamakan oleh perusahaan demi keberlangsungan usahanya. Naiknya suatu tingkat kepuasan konsumen akan meningkat pula kecenderungan seorang konsumen untuk kembali membeli suatu produk yang ditawarkan perusahaan atau dengan kata lain kepuasan konsumen akan memberikan manfaat diantaranya memudahkan untuk menawarkan produk yang berbeda serta mendapatkan rekomendasi positif dari mulut ke mulut berdampak pada performa bisnis perusahaan (Novalinda, 2024).

Beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen di optik meliputi kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan pengalaman emosional. Kualitas pelayanan berkaitan dengan kemampuan optik dalam memberikan pelayanan yang tepat, cepat, ramah, dan profesional, termasuk ketepatan dispensing, komunikasi, serta pemberian informasi kepada konsumen. Kualitas produk mencakup ketepatan dan kejernihan lensa, kenyamanan serta ketahanan frame, dan kerapian hasil perakitan kacamata, yang secara langsung memengaruhi kenyamanan konsumen dalam menggunakan produk. Selain itu, harga juga berperan dalam membentuk kepuasan karena konsumen cenderung merasa puas apabila

biaya yang dikeluarkan sebanding dengan kualitas produk dan pelayanan yang diperoleh. Faktor lainnya adalah pengalaman emosional, yaitu perasaan yang muncul selama berinteraksi dengan tenaga pelayanan, seperti rasa nyaman, dihargai, diperhatikan, dan dipercaya. Dengan demikian, semakin baik kualitas pelayanan dan produk, semakin sesuai harga dengan manfaat yang diterima, serta semakin positif pengalaman emosional konsumen, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di optik.

Model SERVQUAL dalam menilai kepuasan terdiri atas lima dimensi, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Tangibles (bukti fisik) berkaitan dengan kondisi fasilitas, kelengkapan peralatan, kebersihan dan kenyamanan ruang, serta penampilan tenaga pelayanan yang dapat memberikan kesan awal terhadap kualitas pelayanan optik. Reliability (keandalan) menunjukkan kemampuan optik dalam memberikan pelayanan secara tepat, akurat, konsisten, termasuk ketepatan pemeriksaan, hasil dispensing, dan waktu penyelesaian kacamata. Responsiveness (daya tanggap) berkaitan dengan kesiapan tenaga Refraksionis Optisi (RO) dalam membantu konsumen, memberikan informasi, serta menangani pertanyaan dan keluhan dengan cepat dan tepat. Assurance (jaminan) mencakup pengetahuan, keterampilan, kesopanan, dan profesionalitas tenaga RO dalam memberikan pelayanan sehingga mampu menumbuhkan rasa aman dan kepercayaan konsumen. Sementara itu, empathy (empati) merupakan kemampuan tenaga pelayanan dalam memberikan perhatian secara personal, memahami kebutuhan konsumen, mendengarkan keluhan, serta memberikan komunikasi yang ramah dan mudah dipahami. Kelima dimensi tersebut secara keseluruhan dapat menjadi dasar dalam menilai kualitas pelayanan optik dan berperan dalam membentuk kepuasan konsumen (Marzuq & Andriani, 2022).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian adalah deskriptif kuantitatif dengan pendekatan cross sectional. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan karakteristik suatu populasi atau fenomena secara sistematis dan faktual tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel yang diteliti (Sugiyono, 2020). Desain cross-sectional merupakan desain penelitian yang mengamati variabel pada suatu populasi dalam satu waktu tertentu. Desain ini sering digunakan dalam penelitian epidemiologi untuk mengetahui gambaran kejadian suatu masalah kesehatan serta faktor-faktor yang berkaitan dengannya pada waktu yang sama (Setiawan & Saryono, 2021).

Penelitian dilaksanakan di Optik Maliya yang beralamat di Jl. DI. Panjaitan No. 47B, Mantrijeron, Kota Yogyakarta. Optik Maliya merupakan salah satu institusi pelayanan kesehatan mata yang menyediakan layanan pemeriksaan penglihatan serta dispensing kacamata kepada konsumen. Waktu pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada April- Mei 2026. Penentuan lokasi dan waktu penelitian merupakan bagian penting dalam metodologi penelitian untuk memastikan bahwa proses pengumpulan data dapat dilakukan secara efektif dan efisien (Notoatmodjo, 2018).

Variable dalam penelitian ini meliputi variable bebas dan variable terikat. Variable bebas (X) hasil dispensing yaitu Hasil akhir dari proses pelayanan optik yang diterima konsumen setelah dilakukan dispensing. Variabel terikat (Y): keluhan kepuasan konsumen merupakan Tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan harapan dengan hasil pelayanan yang diterima.

Populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, populasi adalah seluruh konsumen yang melakukan pelayanan dispensing di Optik Maliya. Populasi dalam 1 tahun

kurang lebih 240 pasien. Populasi penelitian harus memiliki karakteristik yang sesuai dengan variabel yang akan diteliti sehingga data yang diperoleh dapat menggambarkan kondisi sebenarnya dari populasi tersebut (Sugiyono, 2020).

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dijadikan sebagai subjek penelitian. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Sampel diambil dari Sebagian populasi selama 1-2 bulan kurang lebih 40 responden. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pelayanan dispensing di Optik Maliya dan bersedia menjadi responden.

Definisi operasional hasil dispensing adalah hasil akhir dari proses pelayanan optik yang diterima konsumen setelah dilakukan dispensing, yang meliputi ketepatan produk, kualitas produk, ketepatan waktu, kenyamanan, dan estetika. Penilaian hasil dispensing dikategorikan menjadi baik apabila memperoleh skor $\geq 76\%$, cukup apabila memperoleh skor 56-75%, dan kurang apabila memperoleh skor $\leq 55\%$. Kepuasan konsumen dalam penelitian ini didefinisikan sebagai tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara harapan dengan hasil pelayanan yang diterima di Optik Maliya. Kepuasan konsumen diukur menggunakan kuesioner berdasarkan lima indikator, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Tingkat kepuasan dikategorikan menjadi puas apabila memperoleh skor $\geq 76\%$, cukup apabila memperoleh skor 56-75%, dan tidak puas apabila memperoleh skor $\leq 55\%$.

Instrumen yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan variabel hasil dispensing dan kepuasan konsumen. Analisis data yang digunakan dengan uji regresi sederhana dengan bantuan perangkat lunak komputer. Sebelum dilakukan uji regresi dilakukan uji normalitas data menggunakan uji shapiro wilk dan uji linieritas menggunakan uji deviation from linierity. Pada analisis regresi sederhana, keputusan tentang hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak, maka berlaku ketentuan jika nilai p value $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden

Karakteristik responden	Frekuensi (f)	Presentase (%)
Usia		
26-35 tahun	3	4.5
36-45 tahun	31	46.3
46-55 tahun	23	34.3
56-65 tahun	10	14.9
Jenis Kelamin		
Laki-laki	32	47.8
Perempuan	35	52.2
Pendidikan		
SMP	15	22.4
SMA	37	55.2
Perguruan Tinggi	15	22.4
Frekuensi Kunjungan ke Optik Maliya		
>1 kali	67	100.0
Total	67	100,0

Berdasarkan Tabel 1. Karakteristik responden berdasarkan usia, responden paling banyak berada pada rentang usia 36–45 tahun sebanyak 31 orang (46,3%), diikuti usia 46–55 tahun sebanyak 23 orang (34,3%), usia 56–65 tahun sebanyak 10 orang (14,9%), dan paling sedikit pada usia 26–35 tahun sebanyak 3 orang (4,5%). Berdasarkan jenis kelamin,

responden perempuan lebih banyak yaitu sebanyak 35 orang (52,2%), sedangkan laki-laki sebanyak 32 orang (47,8%). Berdasarkan tingkat pendidikan, mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir SMA sebanyak 37 orang (55,2%), sedangkan responden dengan pendidikan SMP dan perguruan tinggi masing-masing sebanyak 15 orang (22,4%). Berdasarkan frekuensi kunjungan, seluruh responden (100%) telah berkunjung lebih dari satu kali ke Optik Maliya.

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Hasil Dispensing

Hasil Dispensing	Frekuensi (f)	Presentase (%)
Baik	65	97,0
Cukup	2	3,0
Total	67	100,0

Berdasarkan Tabel 2. diketahui bahwa sebagian besar responden menilai hasil dispensing di Optik Maliya berada dalam kategori baik. Hal ini ditunjukkan oleh sebanyak 65 responden (97,0%) yang menyatakan bahwa hasil dispensing yang mereka terima sudah baik. Sementara itu, terdapat 2 responden (3,0%) yang menilai hasil dispensing dalam kategori cukup.

Hasil ini menunjukkan bahwa secara umum proses dispensing di Optik Maliya telah dilakukan dengan baik. Kualitas dispensing tersebut dapat dilihat dari ketepatan pemasangan lensa, kesesuaian dengan kebutuhan visual konsumen, serta kenyamanan penggunaan kacamata dalam aktivitas sehari-hari. Proses dispensing yang baik melibatkan beberapa tahapan penting, seperti pengukuran jarak pupil (PD), pemilihan jenis lensa yang sesuai, serta ketelitian dalam pemasangan lensa pada frame.

Kualitas hasil dispensing tercermin dari beberapa aspek, yaitu ketepatan pemasangan lensa sesuai dengan ukuran yang dibutuhkan, kesesuaian dengan kondisi visual konsumen, serta kenyamanan dalam penggunaan kacamata (Ferywidyastuti et al., 2025). Proses dispensing yang baik meliputi pengukuran jarak pupil (PD), pemilihan jenis lensa yang tepat, serta ketelitian dalam pemasangan lensa pada frame. Ketelitian tenaga optik dalam proses ini sangat menentukan kualitas hasil akhir yang diterima konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian D. Y. Maylani et al. (2026) yang menyatakan bahwa kompetensi tenaga optik, khususnya dalam hal ketelitian dan penguasaan teknis, memberikan dampak positif terhadap penilaian pelanggan. Konsumen cenderung memberikan penilaian yang baik apabila proses pelayanan dilakukan secara profesional dan hasil yang diberikan sesuai dengan kebutuhan mereka.

Penelitian ini masih ditemukan beberapa kendala yang dapat memengaruhi hasil dispensing, seperti kurangnya komunikasi antara petugas dengan konsumen serta keterbatasan waktu pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun hasil dispensing sudah baik, masih diperlukan peningkatan pada aspek komunikasi dan manajemen waktu pelayanan agar kualitas hasil dispensing dapat lebih maksimal.

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Kepuasan Konsumen

Kepuasan Konsumen	Frekuensi (f)	Presentase (%)
Puas	66	98,5
Cukup	1	1,5
Total	67	100,0

Berdasarkan Tabel 3, diketahui bahwa tingkat kepuasan konsumen di Optik Maliya berada dalam kategori sangat baik. Hal ini ditunjukkan oleh sebagian besar responden yang menyatakan puas, yaitu sebanyak 66 orang (98,5%). Sementara itu, terdapat 1 responden (1,5%) yang menyatakan cukup puas.

Kepuasan konsumen dalam penelitian ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kenyamanan penggunaan kacamata, kesesuaian hasil dengan kebutuhan penglihatan, serta pelayanan yang diberikan oleh tenaga optik (Livanos, 2025). Konsumen yang memperoleh

hasil yang sesuai dengan harapan cenderung memberikan penilaian positif terhadap pelayanan yang diterima.

Tingginya tingkat kepuasan juga dapat menunjukkan adanya kepercayaan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Optik Maliya. Hal ini sejalan dengan data karakteristik responden yang menunjukkan bahwa seluruh responden telah berkunjung lebih dari satu kali, sehingga dapat diasumsikan bahwa mereka memiliki pengalaman yang cukup dalam menilai kualitas pelayanan yang diberikan. Meskipun demikian, masih terdapat sebagian kecil responden yang menyatakan cukup puas. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat aspek pelayanan yang perlu ditingkatkan, seperti kecepatan pelayanan, komunikasi antara petugas dengan konsumen, serta variasi produk yang tersedia.

Kepuasan konsumen dalam penelitian ini dipengaruhi oleh pengalaman konsumen selama proses pelayanan, mulai dari pemeriksaan mata, proses dispensing, hingga penerimaan kacamata (Lase et al., 2025). Konsumen yang mendapatkan hasil sesuai dengan harapan akan cenderung memberikan penilaian yang positif terhadap pelayanan yang diberikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nugraha et al. (2025) yang menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen pada pelayanan optik berada pada kategori sangat baik, dengan persentase kepuasan mencapai lebih dari 95%. Indikator seperti daya tanggap, empati, dan jaminan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen (Nugraha et al., 2025). Selain itu, penelitian Sogen et al. (2024) juga menunjukkan bahwa faktor produk, harga, dan sumber daya manusia berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, tidak hanya dari hasil dispensing saja (Sogen, 2024).

Meskipun demikian, dalam penelitian ini masih terdapat beberapa responden yang memberikan penilaian netral. Hal ini mengindikasikan bahwa masih terdapat aspek pelayanan yang perlu ditingkatkan, seperti kecepatan pelayanan, komunikasi, serta variasi produk yang tersedia.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi

Variabel	Koefisien	t-hitung	Sig.	Kesimpulan
Hasil Dispensing (X) terhadap Kepuasan (Y)	0,356	2,822	0,006	signifikan
Konstant = 45,934				
<i>Adjusted R</i> ² = 0,095				
F hitung = 7,966				
Sig. = 0,006				

Hasil statistik uji t untuk variabel hasil dispensing (X) dengan kepuasan (Y) sebesar 2,822 dengan tingkat signifikansi 0,006, karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), hasil ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh hasil dispensing (X) dengan Kepuasan (Y). Hasil pengujian diperoleh nilai F hitung sebesar 7,966 dengan signifikansi sebesar 0,006. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 5% ($p < 0,05$), maka hasil dispensing (X) berpengaruh terhadap kepuasan (Y). Nilai *Adjusted R*² sebesar 0,095 menunjukkan bahwa variabel hasil dispensing (X) memberikan kontribusi sebesar 9,5% terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan sisanya sebesar 90,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hanafiah & Husin (2021) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara ketepatan fitting kacamata dengan kepuasan ($p = 0,008$) (Hanafiah & Husin, 2021). Hal ini menegaskan bahwa aspek teknis dalam pelayanan optik, termasuk dispensing, memiliki peran penting dalam menentukan kepuasan konsumen. Selain itu, penelitian Wesnita et al. (2021) juga menunjukkan bahwa

kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan kontribusi sebesar 24,3% (Wesnita, A., Elfia, M., & Amril, A. P., 2021). Hal ini memperkuat bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari aspek teknis maupun non-teknis.

KESIMPULAN

Penelitian ini telah mencapai tujuan untuk menganalisis pengaruh hasil dispensing terhadap kepuasan konsumen di Optik. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh antara kualitas hasil dispensing dengan tingkat kepuasan konsumen, sehingga semakin optimal hasil dispensing yang diberikan, semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa ketepatan hasil dispensing menjadi salah satu aspek penting dalam mendukung pemberian pelayanan optik yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi pihak optik dalam mempertahankan serta meningkatkan kualitas pelayanan dispensing untuk menciptakan kepuasan konsumen yang lebih baik. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu optometri, terutama dalam memperkuat pemahaman mengenai keterkaitan kualitas dispensing dengan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, pihak optik diharapkan senantiasa meningkatkan ketelitian dalam proses dispensing, menjaga kualitas pelayanan, dan melakukan evaluasi secara berkala sebagai upaya mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Chin, J. T., Efendi, Z., & Doringin, F. (2020). Pemilihan Bingkai Kacamata Yang Tepat Untuk Konsumen Dalam Meningkatkan Pelayanan Prima Di Optik Mahakama. *Jurnal Mata Optik*, 1(1), 52–62. <https://doi.org/10.54363/jmo.v1i1.1>
- Darmono. (2025). Gambaran Tren Pemakai Kacamata Pada Kalang Remaja di Optik Garuda Jakarta Tahun 2025. *Jurnal Optometri AKADEMI REFRAKSI OPTISI LEPRINDO*, 3(2), 67–76.
- Ferywidyastuti, S., Widihartono, T., & Haryo, R. R. (2025). Pengaruh Tingkat Kenyamanan Pengguna terhadap Keputusan Pembelian Kacamata. 4.
- Hanafiah, M., & Husin, O. D. (2021). Hubungan Antara Pelayanan dan Ketepatan Fitting pada Pemakai Kacamata Terhadap Kepuasan Pasien di Optik Nasional Palembang. *Jurnal Kesehatan Terapan*, 8(2).
- Husna, H. N., Bambang, F., & Sari, D. L. (2018). Penyimpangan Titik Pusat Optik Lensa (Oc) Dengan Jarak Pupil Pemakai Kacamata (Pd). *Wahana Fisika*, 3(2), 124–135. <https://doi.org/10.17509/wafi.v3i2.13505>
- Lase, H., Zebua, F., & Bate'e, M. M. (2025). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Pengurusan Kacamata BPJS Pada Optik. *Eqien - Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(01), 292–319. <https://doi.org/10.34308/eqien.v14i01.1910>
- Livanos. (2025). Analisis Penjualan Kacamata Terhadap Komplimen di Optik Saturdays Central Park 2025. *Jurnal Optometri*, 3(2), 799–822. <https://doi.org/10.1002/mar.20030>
- Marzuq, N. H., & Andriani, H. (2022). Hubungan Service Quality terhadap Kepuasan Pasien di Fasilitas Pelayanan Kesehatan: Literature Review. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2).
- Maseedupalli, S. (2024). Optical Dispensing. In T. Das & P. Satgunam (Eds.), *Ophthalmic Diagnostics* (pp. 57–65). Springer Nature Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-97-0138-4_5
- Maylani, D. Y., Simarmata, M., Maryani, F., & Budiana, M. W. (2026). Dampak Kualitas Pelayanan Kompetensi Refraksi Optisi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Optik Kencana Tangerang. *Jurnal Mata Optik*, 7(1), 39–45. <https://doi.org/10.54363/jmo.v7i1.306>
- Maylani, E., Pamungkas, M., Hermawan, H., & Laras, D. S. (2025). Gambaran Sudut Pantoscopic Pemakai Kacamata Single Vision Pada Mahasiswa/I D3 Optometri Reguler Stikes Dharma Husada Tahun 2025 [Karya Tulis Ilmiah]. Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Dharma Husada Bandung.

- Muhammad, M., Nurdin, A., Basri, S., Hidayattullah, M., Karma, T., Rahmiza, S., Zamzami, Bukhari, Murtadhahadi, Isa T.Ibrahim, M., Cut, B., Astini, D., Hadawiyah, N., & Arisfa, N. (2023). Sosialisasi Pengenalan Penggunaan Alat Optik pada Peralatan Diagnostik Mata di Rumah Sakit Umum Daerah Dr. Zainoel Abidin Banda Aceh. *JAMAS: Jurnal Abdi Masyarakat*, 1(2). <https://doi.org/10.62085/jms.v1i2.28>
- Notoatmodjo, S. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Rineka Cipta.
- Novalinda, R. (2024). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Optik Minang Bukittinggi. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB)*, 3(2), 243–246. <https://doi.org/10.47233/jemb.v3i2.2221>
- Nugraha, M. L. P., Laras, D. S., & Taryono, O. (2025). *Gambaran Kepuasan Customer Terhadap Pelayanan Di Optik A.Samik Tangerang 2025*.
- Pradipta, R. D., Sari, D. L., & Fikrudin, R. F. (2023). Gambaran Pemilihan Kacamata Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Optik Aries Rangkasbitung Tahun 2023. *Jurnal Optometri*.
- Pratiwi, S. (2023). Description Of Satisfaction With Services at Optik Wida Period March—April 2023.
- Pratiwi, S., Setiawan, D. a G., N, I. K., & Christinawati, A. (2023). Gambaran Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Di Optik Wida Periode Maret – April 2023. *Artikel Dharma Husada*, 23(2). <https://siakad.stikesdhh.ac.id/article/4005200023>
- Razalli, N. E. A., Zulkifle, S. I., Shafee, N. W., & Zahari, I. (2024). IIUM Optometry Clinic Patient's Satisfaction Survey. *International Journal of Allied Health Sciences*, 8(5). <https://journals.iium.edu.my/ijahs/index.php/IJAHS/article/view/992>
- Rosmerry Simanjuntak. (2025). Analisis Bahan Lensa Kontak Lunak Terhadap Kenyamanan Pengguna di Optik Tunggal Tahun 2025. *Jurnal Optometri*, 3(3), 82–87.
- Setiawan, A., & Saryono. (2021). *Metodologi Penelitian Kesehatan dan Kedokteran*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Sogen. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada Optik A. Samik. *JURNAL MATA OPTIK*, 5(1).
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wesnita, A., Elfia, M., & Amril, A. P. (2021). Effect on Promotion and Service Quality on Customer Satisfaction in Padang Optics. *Jurnal Mata Optik*. *Jurnal Mata Optik*, 2(3), 1–7.
- Yusfita, E. (2026). Fungsi Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Optik Tanjung Padang. *Journal of Business Economics and Management* | E-ISSN : 3063-8968, 2(3), 2252–2255.