

PENGARUH KENYAMANAN MATA, KEAMANAN MATA, HARGA, DAN GAYA HIDUP TERHADAP PEMILIHAN ALAT BANTU PENGLIHATAN KACAMATA DAN *SOFTLENS*

Yuanita Novitasari

Akademi Refraksi, Optisi, dan Optometry GAPOPIN

yuanitanovitasari@gmail.com

ABSTRACT

The eye is a vision system whose function is to focus beams of light. Refractive abnormalities reduce the function of the eyes as a vision system. The way to overcome refractive disorders is by refraction correction, for example using glasses or contact lenses. The more diverse modes of glasses and contact lenses that develop in the community, especially urban communities in Indonesia, causes glasses and soft lenses not only as a refractive correction tool but also for fashion purposes and to enhance their appearance and even tend to become a lifestyle. This study aims to examine the effect of eyes comfort, eyes safety, price and lifestyle on the selection of glasses and contact lenses. Data collection methods in this study used a survey method with a research instrument in the form of a questionnaire. The population in this study were patients who came to optics in Bekasi within the last three months. The results showed that the variables that influenced the choice of glasses and contact lenses were lifestyle and price, while eye comfort and eye safety had no effect.

Keywords: Vision Aids, Glasses, Softlens, Eye Comfort, Eye Safety, Lifestyle, Prices, Urban, Logistics Regression Analysis, Optics, Refractions

PENDAHULUAN

Mata adalah sistem penglihatan yang berfungsi memfokuskan berkas cahaya (Sloane, 2004). Adanya kelainan refraksi pada lensa mata akan menurunkan fungsi dari mata sebagai sistem penglihatan. Kelainan refraksi adalah kelainan pembiasan cahaya sehingga pembiasan sinar cahaya tidak dapat difokuskan ke retina. Kelainan refraksi menyebabkan sinar difokuskan di depan atau belakang retina ataupun difokuskan di kedua titik pembiasan (Ilyas, 2006). Cara untuk mengatasi kelainan refraksi adalah dengan koreksi refraksi. Penggunaan kacamata dan *softlens* sebagai alat bantu adalah cara koreksi refraksi untuk kelainan refraksi. Kelainan refraksi pada

mata seperti *myopia*, *hypermetropia*, *presbiopia* dan *astigmatisme* dapat diatasi dengan penggunaan kacamata atau *softlens*.

Dunia mode dalam dan luar negeri sangat berpengaruh bagi masyarakat termasuk mode alat bantu koreksi refraksi meliputi kacamata dan *softlens*. Semakin beragam model kacamata dan *softlens* yang berkembang di masyarakat perkotaan di Indonesia, bahkan kacamata dan *softlens* sekarang ini bukan hanya berfungsi sebagai alat bantu koreksi refraksi untuk mempertajam penglihatan saja, akan tetapi untuk kepentingan *fashion* dan untuk mempercantik penampilan. Kacamata dan *softlens* sudah menjadi bagian dari gaya hidup seseorang.

Sebagian ahli mata berpendapat penggunaan kacamata lebih baik daripada *softlens* bagi orang yang memiliki kelainan refraksi, karena kacamata lebih aman daripada *softlens*. Risiko terkena infeksi kornea lebih banyak akibat dari penggunaan *softlens*. Hal ini disebabkan cara pemakaian dan penyimpanan jika tidak benar bisa memicu infeksi kornea (Lifestyle Bisnis.com, 2015). Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik mengambil judul “Pengaruh Kenyamanan Mata, Keamanan Mata, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Pemilihan Alat Bantu Penglihatan Kacamata dan *Softlens*”

LANDASAN TEORI

Alat bantu penglihatan adalah alat yang digunakan untuk meningkatkan tajam penglihatan dan membantu sistem kerja pada mata. Alat bantu penglihatan meliputi kacamata dan *softlens*. Kacamata adalah alat bantu penglihatan berupa lensa beserta frame untuk menormalkan dan mempertajam penglihatan serta digunakan untuk membantu mata mencapai penglihatan normal (Hasyim, 2012). *Softlens* merupakan alat bantu penglihatan yang terbuat dari bahan plastik yang sangat tipis dan memiliki beragam warna (Pustaka Kesehatan Populer Edisi Panca Indra, 2009:67–68) yang dipasang pada jaringan anterior kornea dan sklera untuk memperbaiki tajam penglihatan (Kemenkes, 2008).

Kenyamanan mata adalah terpenuhinya kebutuhan seseorang untuk bisa melihat lebih jelas dan tajam disertai dengan perasaan segar, sehat, tidak terganggu, dan dapat melakukan aktifitas sehari-hari dengan leluasa, bebas, dan tanpa gangguan. Kenyamanan mata selain terkait masalah fisik biologis, namun juga perasaan, seperti cahaya yang masuk ke mata tidak terhalang, tidak ada tabir yang menutupi pandangan, tidak membuat mata menjadi perih/pedih, dan lain-lain. Kenyamanan dapat dinilai mulai dari paling nyaman sampai dengan paling tidak nyaman berdasarkan persepsi masing-masing individu (Potter dan Perry, 2006).

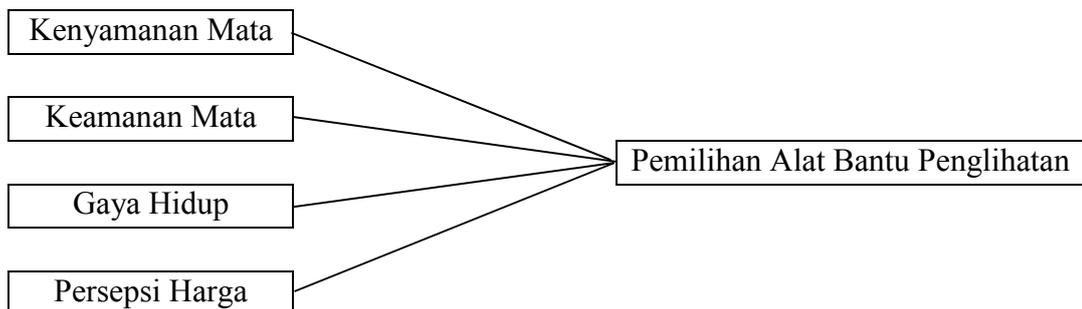
Keamanan mata adalah suatu keadaan bebas dari cedera fisik dan psikologis atau bisa juga keadaan aman bagi mata saat penggunaan alat bantu penglihatan

sehingga terpenuhinya kebutuhan seseorang untuk bisa melihat lebih jelas dan tajam. Keamanan mata dapat dinilai mulai dari paling aman sampai dengan paling tidak aman berdasarkan persepsi masing-masing individu (Potter dan Perry, 2006).

Harga adalah sejumlah pembayaran atau kompensasi yang diberikan untuk memperoleh barang atau jasa (Schindler, 2012). Dari sudut pandang konsumen/pasien, harga dipersepsikan rasionalitas dan kesesuaiannya terhadap manfaat yang diperoleh dari barang/jasa tersebut (Beldona dan Kwansa, 2009). Harga dimaknai sebagai persepsi konsumen/pasien terhadap murah atau mahalnya alat bantu penglihatan yang dibeli, serta kesesuaiannya dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh dari alat bantu penglihatan, baikacamata maupun *softlens*.

Gaya hidup adalah kebutuhan sekunder manusia di samping kebutuhan primer yang dapat berubah tergantung zaman atau keinginan manusianya sendiri untuk mengubahnya. Gaya hidup meliputi hal-hal yang bisa dilihat seperti cara berpakaian, kebiasaan, dan lain-lain. Gaya hidup juga berupa pemilihan merek yang digunakan pada alat bantu penglihatan (etymonline.com, 2019).

MODEL PENELITIAN



Hipotesis Penelitian

- H₁ : Kenyamanan mata berpengaruh terhadap probabilitas pemilihan alat bantu penglihatan pada pasien optik di Bekasi
- H₂ : Keamanan mata berpengaruh terhadap probabilitas pemilihan alat bantu penglihatan pasien optik di Bekasi
- H₃ : Gaya hidup berpengaruh terhadap probabilitas pemilihan alat bantu penglihatan pasien optik di Bekasi
- H₄ : Persepsi terhadap harga berpengaruh terhadap probabilitas pemilihan alat bantu penglihatan pasien optik di Bekasi

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji apakah probabilitas pemilihan alat bantu penglihatanacamata atau *softlens* dapat diprediksi dengan variabel kenyamanan mata, kemananan mata, gaya hidup, dan persepsi terhadap harga alat bantu penglihatan. Untuk memenuhi tujuan tersebut, sebagai instrumen pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode *survey* dengan kuesioner. Kuesioner terdiri dari dua bagian, yang pertama berisi pertanyaan-pertanyaan tentang profil responden dan yang kedua, berisi pertanyaan-pertanyaan tentang variabel-variabel pokok penelitian yaitu kenyamanan mata, keamanan mata, gaya hidup, dan persepsi terhadap harga alat bantu penglihatan.

Pengukuran terhadap variabel-variabel penelitian tersebut dilakukan dengan menggunakan butir-butir pertanyaan yang dikembangkan dari konsep-konsep yang diuraikan di landasan teori. Format skala Likert poin mulai dari 1 (Sangat Tidak Setuju) sampai 5 (Sangat Setuju) digunakan untuk mengukur keseluruhan butir pertanyaan tersebut.

Populasi penelitian ini adalah adalah pasien optik di wilayah Bekasi yang berjumlah 300 orang. Pemilihan dan penentuan besar sampel penelitian ini dilakukan dengan teknik random sampling dan rumus Slovin. Berdasarkan rumus Slovin tersebut, untuk populasi yang berjumlah 300 dengan tingkat kesalahan 10% maka jumlah sampel sebesar 75. Namun, untuk mengantisipasi data yang rusak maka penelitian ini tidak menyebarkan 75, melainkan 100 kuesioner. Dari hasil penyebaran tersebut, yang kembali ternyata hanya 89 dan setelah dilakukan "*data cleaning*" menjadi 83. Jadi, jumlah sampel penelitian ini sebanyak 83 orang.

Teknik analisis statistik yang digunakan untuk analisis tergantung pada jenis skala datanya. Di mana jenis skala data variabel independen yaitu kenyamanan mata dan keamanan mata adalah data nominal serta harga dan gaya hidup adalah data ordinal sedangkan variabel dependen yaitu pemilihan alat bantuacamata dan *softlens* adalah data nominal. Sehingga teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi logistik. Analisis profil responden menggunakan analisis deskripsi frekuensi yang mencakup profil responden berupa umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pendapatan dan pekerjaan. Uji validitas dan reabilitas juga dilakukan terhadap pertanyaan dalam . Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu yang merupakan indikator variabel.

Dalam penelitian ini, ada dua jenis teknik statistik yang digunakan yaitu statistika deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan profil responden dan regresi logistik digunakan untuk menganalisis apakah probabilitas pemilihan alat bantu penglihatan dapat diprediksi dengan variabel kenyamanan mata, kemananan mata,

gaya hidup, dan persepsi terhadap harga alat bantu penglihatan. Variabel pemilihan alat bantu penglihatan terdiri dari kategori yaitu kacamata diberi kode 1 dan *softlens* diberi kode 0. Persamaan regresi logistik sebagai berikut:

$$\ln \frac{p}{1-p} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Di mana:

$$Odds (S | X_1, X_2, X_3, X_4) = \frac{p}{1-p}$$

- p = Probabilitas pemilihan alat bantu penglihatan dengan variable bebas
X1, X2, X3, X4
 X_1 = Kenyamanan Mata
 X_2 = Keamanan Mata
 X_3 = Gaya Hidup
 X_4 = Persepsi Harga
 ε = Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel 1 menggambarkan profil responden yang meliputi usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pendapatan, dan pekerjaan. Dari tabel profil responden dapat dilihat bahwa umumnya responden berusia antara 26–45 tahun (48.2), berjenis kelamin perempuan (60.2%) dan berpendidikan SMA (51%). Jika dilihat dari sisi pendapatan dan pekerjaannya, umumnya responden tergolong berpendapatan tinggi (62.7%) dan bekerja sebagai karyawan di Institusi Negara (89.2%).

Tabel 1. Profil Responden

	f	%
Usia		
12–25	29	34.9
26–45	40	48.2
46–65	14	16.9
Jenis Kelamin		
Laki-laki	33	39.8
Perempuan	50	60.2

Tingkat Pendidikan

SD	3	3.6
SMP	2	2.4
SMA	51	61.4
Perguruan Tinggi	27	32.5

Pendapatan

Pendapatan rendah (< 10 juta)	31	37.3
Pendapatan tinggi (> 10 juta)	52	62.7

Pekerjaan

Institusi Negara (PNS, TNI, Polisi, dll.)	74	89.2
Institusi Swasta (wiraswasta, ibu rumah tangga, pengusaha, dll.)	9	10.8

Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Validitas adalah indeks yang menunjukkan suatu alat ukur itu bisa dan benar-benar mengukur apa yang diukur (Notoatmodjo, 2005). Uji validitas dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel ($df = n - 2$, $\alpha = 5\%$). Jika r hitung suatu indikator lebih besar dari r tabel maka indikator tersebut dikatakan valid. Sebaliknya, jika r hitung suatu indikator lebih kecil dari r tabel maka indikator tersebut tidak valid. Hasil uji validitas penelitian ini menunjukkan bahwa nilai r hitung semua indikator lebih besar dari r tabel ($r = 0.2159$, $df = 83 - 2$, $\alpha = 5\%$), kecuali indikator Keamanan Mata AM5 (0.055), Keamanan Mata AM6 (0.193), Harga H5 (0.214), dan Harga H6 (0.188) karena nilai r hitungnya lebih kecil dari tabel. Karena itu, keempat indikator tersebut tidak dilibatkan dalam tahapan analisis berikutnya.

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan seberapa jauh suatu alat ukur dapat dipercaya dan diandalkan. Uji ini menunjukkan seberapa jauh hasil pengukuran itu tetap konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama (Notoatmodjo, 2005). Perhitungan nilai statistik Cronbach alpha (CR) adalah cara uji reliabilitas yang digunakan. Jika nilai Cronbach alpha (CR) lebih besar dari 0,70 maka alat ukur dinyatakan reliabel (Nunnally dalam Ghazali, 2011) Hasil uji reliabilitas penelitian ini menunjukkan bahwa nilai CR dari seluruh variable lebih besar dari 0,7, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian ini reliabel. Tabel 2 menunjukkan hasil dari uji validitas dan reliabilitas.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Butir pertanyaan	r_{hitung}	Cronbach alpha
Kenyamanan Mata		.842
NM1 Alat bantu penglihatan (kacamata/ <i>softlens</i>) menjadi pilihan saya untuk membantu penglihatan	.518	
NM2 Alat bantu penglihatan (kacamata/ <i>softlens</i>) membuat penglihatan saya malah terganggu	.264	
NM3 Saya bisa melakukan aktifitas dengan leluasa saat memakai alat bantu penglihatan (kacamata/ <i>softlens</i>)	.763	
NM4 Saya bisa melakukan aktifitas tanpa terganggu saat memakai alat bantu penglihatan (kacamata/ <i>softlens</i>)	.764	
NM5 Mata saya tidak perih/pedih saat memakai alat bantu penglihatan (kacamata/ <i>softlens</i>)	.770	
NM6 Saya tidak mengalami kelelahan mata saat memakai alat bantu penglihatan (kacamata/ <i>softlens</i>)	.669	
Keamanan Mata		.792
AM1 Saya membeli alat bantu penglihatan (kacamata/ <i>softlens</i>) di Optik	.747	
AM2 Saya membeli alat bantu penglihatan (kacamata/ <i>softlens</i>) dengan diperiksa terlebih dahulu di Optik	.528	
AM3 Alat bantu penglihatan (kacamata/ <i>softlens</i>) menghindarkan kita dari cedera fisik saat dipakai	.473	
AM4 Saya menggunakan alat bantu penglihatan (kacamata/ <i>softlens</i>) sesuai dengan prosedur pemakaian yang dianjurkan	.743	
Gaya Hidup		.844
GH1 Merek alat bantu penglihatan (kacamata/ <i>softlens</i>) menjadi salah satu pertimbangan saya dalam membeli	.647	
GH2 Merek alat bantu penglihatan (kacamata/ <i>softlens</i>) yang terkenal menjadi prioritas saya dalam membeli	.661	

	Saya lebih memilih alat bantu penglihatan	
GH3	(kacamata/ <i>softlens</i>) yang bermerek karena pertimbangan kualitas/mutunya	.655
GH4	Saya lebih bangga menggunakan alat bantu penglihatan (kacamata/ <i>softlens</i>) yang bermerek	.780
GH5	Menurut saya alat bantu penglihatan (kacamata/ <i>softlens</i>) lokal cukup bagus kualitasnya	.471
GH6	Alat bantu penglihatan (kacamata/ <i>softlens</i>) juga menjadi kebutuhan <i>fashion</i> saya	.543
	Harga	.795
H1	Harga alat bantu penglihatan (kacamata/ <i>softlens</i>) menjadi salah satu pertimbangan saya dalam membeli	.461
H2	Saya cenderung membeli alat bantu penglihatan (kacamata/ <i>softlens</i>) yang mahal	.541
H3	Harga alat bantu penglihatan (kacamata/ <i>softlens</i>) sepadan dengan kualitas	.724
H4	Harga alat bantu penglihatan (kacamata/ <i>softlens</i>) yang saya beli sepadan dengan bahannya	.742

Analisis Regresi Logistik

Model Fit

Analisis regresi logistik dilakukan dengan cara, yang pertama yaitu menilai *overall fit model* terhadap data. Hipotesis untuk menilai model fit adalah:

H_0 : Model yang dihipotesakan fit dengan data

H_1 : Model yang dihipotesakan tidak fit dengan data

Dari hipotesis jelas jika tidak menolak hipotesa nol agar supaya model fit dengan data. Uji statistik yang digunakan adalah berdasarkan pada fungsi *likelihood*. *Likelihood* L dari model adalah probabilitas bahwa model yang dihipotesakan menggambarkan data input. L ditransformasikan menjadi $-2\text{Log}L$ untuk menguji hipotesis nol dan alternatif. Statistik $-2\text{Log}L$ disebut *likelihood* rasio χ^2 statistik, ketika χ^2 distriusi dengan *degree of freedom* $n - q$, q adalah jumlah parameter dalam model (Ghozali, 2001). Tabel 3 adalah hasil dari uji model fit sebelum dimasukkan variabel independen dan tabel 4 adalah hasil dari uji fit setelah dimasukkan variabel independen.

Tabel 3. Model Fit Sebelum Dimasukkan Variabel Independen

Iteration	-2 Log <i>likelihood</i>	Coefficients	
		Constant	
Step 0	1	106.732	-.026
	2	106.732	-.026

Tabel 4. Model Setelah Dimasukkan Variabel Independen

Iteration	-2 Log <i>likelihood</i>	Coefficients					
		Constant	TotalNM	TotalAM	TotalGH	TotalH	
Step 1	1	93.060	5.566	.037	-.082	-.141	-1.094
	2	92.328	7.341	.061	-.118	-.193	-1.412
	3	92.313	7.648	.066	-.125	-.201	-1.466
	4	92.313	7.656	.066	-.125	-.201	-1.467
	5	92.313	7.656	.066	-.125	-.201	-1.467

Menilai model fit dengan melihat nilai tanpa variabel hanya statistik -2LogL yaitu konstanta saja maka nilainya sebesar 106.732. Setelah dimasukkan variabel independent maka terjadi penurunan sebanyak 14.419. Menurut Ghozali, penurunan ini signifikan atau tidak dapat dibandingkan dengan tabel Chi-square (χ^2) dengan df (selisih df dengan konstanta saja dan df dengan konstanta + 4 variabel independen). $df1 = (n - k) = 83 - 1$ dan $df2 = (n - 5) = 83 - 5 = 78$. Dengan demikian, selisih $df1$ dan $df2$ adalah 4. Dari tabel (χ^2) $df = 4$ didapat hasil 9.4877. Karena 14.419 lebih besar dari tabel maka dapat disimpulkan bahwa selisih penurunan -2LogL . Signifikan. Hal ini berarti penambahan variabel independen (Kenyamanan Mata, Keamanan Mata, Gaya Hidup dan Harga) ke dalam model memperbaiki model fit.

Nilai Nagelkerke's

Ukuran yang meniru ukuran R^2 pada *multiple regression* yang didasarkan pada teknik estimasi *likelihood* dengan nilai maksimum kurang dari 1 sehingga sulit diinterpretasikan adalah *Cox* dan *snell's R Square*. *Nagelkerke's square* merupakan modifikasi dari koefisien *Cox* dan *Snell* untuk memastikan bahwa nilainya bervariasi dari 0 sampai 1. Nilai *Nagelkerke's* dilakukan dengan cara membagi nilai *Cox* dan *Snell's R2* dengan nilai maksimum (Ghozali, 2001). Tabel 5 menunjukkan hasil dari nilai *Nagelkerke's*.

Tabel 5. Nilai Nagelkerke's

Step	-2 Log <i>likelihood</i>	Cox dan Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	92.313 ^a	.171	.228

Nilai *nagelkerke's R²* dapat diinterpretasikan seperti nilai R^2 pada *multiple regression*. Nilai *nagelkerke's R²* adalah 0.228 yang berarti variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independen sebesar 22.8%.

Nilai Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test

Uji untuk menguji hipotesis nol bahwa data empiris cocok atau sesuai dengan model (tidak ada perbedaan antara model dengan data sehingga model dapat dikatakan fit) yaitu dengan *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test*. Hipotesis nol ditolak yang berarti ada perbedaan yang signifikan antara model dengan nilai observasinya jika nilai *Hosmer and Lemeshow Goodness on fit test* statistik sama dengan atau kurang dari 0.05 sehingga *Goodness Fit model* tidak baik karena model tidak dapat memprediksi nilai observasinya. Jika nilai statistik *Hosmer and Lemeshow Goodness on Fit* lebih besar dari 0.05, maka hipotesis nol tidak dapat ditolak dan berarti model mampu memprediksi nilai observasinya atau dapat dikatakan model dapat diterima karena cocok dengan data observasinya (Ghozali, 2001). Tabel 6 menunjukkan hasil dari nilai *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test*.

Tabel 6. Nilai Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	4.924	7	.669

Hosmer and lemeshow's goodness of fit test adalah test untuk menguji hipotesis nol ketika nilainya adalah 0.669. Nilai *hosmer and lemeshow's goodness of fit test* lebih dari 0.05 maka hipotesis nol tidak dapat ditolak. Sehingga model mampu meprediksi nilai observasinya atau dapat dikatakan model dapat diterima karena cocok/ada keseuaian dengan data observasinya.

Daya Prediksi

Tabel klasifikasi 2 x 2 adalah untuk menghitung nilai estimasi yang benar dan salah. Kolom merupakan dua nilai prediksi dari variabel dependen sedangkan baris menunjukkan nilai observasi sesungguhnya dari variabel dependen. Semua kasus akan berada pada diagonal dengan tingkat ketepatan peramalan 100% pada model yang sempurna. Jika model logistik mempunyai homoskedastisitas, maka prosentase yang benar akan sama untuk kedua baris (Ghozali, 2001). Tabel 6 adalah tabel klasifikasi dair variabel dependen dan independen.

Tabel 6. Tabel Klasifikasi

	<i>Observed</i>		<i>Predicted</i>		
			<i>Alat Bantu</i>		<i>Percentage Correct</i>
	<i>Softlens</i>	<i>Kacamata</i>			
<i>Step 1</i>	<i>Alat Bantu</i>	<i>Softlens</i>	23	16	59.0
		<i>Kacamata</i>	9	29	76.3
	<i>Overall Percentage</i>				67.5

Tabel klasifikasi ini menghitung nilai estimasi yang benar dan salah. Menurut prediksi responden yang memilih kacamata adalah sebesar 38 responden, sedangkan hasil observasi hanya sekitar 29 responden, jadi ketepatan klasifikasinya sebesar 76.3% (29/38). Prediksi responden yang memilih *softlens* adalah sebesar 39 responden, sedangkan hasil observasi hanya sekitar 23 responden, jadi ketepatan klasifikasinya sebesar 59%(23/39). Secara keseluruhan ketepatan klasifikasinya adalah sebesar 67.5%.

Uji Hipotesa

Tabel 7 menyajikan hasil uji hipotesis dengan regresi logistik. Dari tabel tersebut, dapat dilihat bahwa yang berpengaruh terhadap pemilihan alat bantu kacamata dan *softlens* adalah gaya hidup dengan nilai 0.025 (nilai Sig. Model < 0.05) dan harga 0.002 (nilai Sig. Model < 0.05). Sedangkan kenyamanan mata dan keamanan mata tidak berpengaruh terhadap pemilihan alat bantu kacamata dan *softlens* karena nilai Sig. Model > 0.05.

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesa Variables in the Equation

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	TotalNM	.066	.086	.585	1	.445	1.068
	TotalAM	-.125	.141	.786	1	.375	.882
	TotalGH	-.201	.104	3.731	1	.053	.818
	TotalH	-1.467	.471	9.721	1	.002	.231
	Constant	7.656	3.069	6.221	1	.013	2112.463

Berikut ini persamaan regresi logistik yang diperoleh dari tabel 7 di atas beserta interpretasinya:

$$\ln \frac{p}{1-p} = 7.656 - 0.201 \text{ Gaya Hidup} - 1.467 \text{ Persepsi Harga}$$

Koefisien Gaya Hidup sebesar - 0.201 dengan *odd ratio* 0.818 menunjukkan bahwa semakin tinggi skor gaya hidup pasien, maka semakin kecil probabilitasnya untuk memilih kacamata sebagai alat bantu penglihatan. Dengan kata lain, jika skor

gaya hidup tinggi, maka pasien akan cenderung memilih *softlens* dari pada kacamata sebagai alat bantu penglihatan.

Koefisien Persepsi Harga sebesar - 1.467 dengan *odd ratio* 0.231 menunjukkan bahwa semakin tinggi skor persepsi pasien terhadap harga, maka semakin kecil probabilitasnya untuk memilih kacamata sebagai alat bantu penglihatan. Dengan kata lain, jika skor persepsi pasien terhadap harga tinggi, maka pasien akan cenderung memilih *softlens* dari pada kacamata sebagai alat bantu penglihatan.

Pembahasan

Gaya hidup berpengaruh negatif terhadap pemilihan alat bantu. Hal ini berarti semakin tinggi gaya hidup seseorang, maka cenderung memilih *softlens* daripada kacamata sebagai alat bantu penglihatan. Semua ini menjelaskan fakta di lapangan bahwa banyak orang memilih menggunakan *softlens* untuk meningkatkan penampilan, bahkan banyak yang beralih memakai *softlens* jika ingin berpenampilan lebih gaya saat pergi ke pesta atau acara-acara istimewa lainnya, seperti saat pernikahan, wisuda, dan lain-lain.

Gaya hidup adalah kebutuhan sekunder manusia selain kebutuhan primer yang dapat berubah tergantung zaman atau keinginan manusianya sendiri untuk mengubahnya. Gaya hidup meliputi hal-hal yang bisa dilihat seperti cara berpakaian, kebiasaan, dan lain-lain. Gaya hidup juga berupa pemilihan merek yang digunakan pada alat bantu penglihatan (etymonline.com, 2019). Sehingga gaya hidup responden juga cenderung mempengaruhi responden untuk lebih memilih kepada salah satu alat bantu baik kacamata ataupun *softlens*.

Gaya hidup juga berkaitan dengan cara pandang pasien terhadap mutu produk. Merek suatu produk kacamata yang dipilih oleh pasien berdasarkan sudut pemasaran, menggambarkan kemampuan produk untuk memenuhi kebutuhan atau keperluan pelanggan dan mutu produk (McCarthy dan William, 1996). Pasien cenderung lebih senang dengan variasi produk dari berbagai merek, ukuran, warna, serta *style*, sehingga memungkinkan banyak pilihan.

Harga berpengaruh negatif terhadap pemilihan alat bantu penglihatan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mahal harga alat bantu penglihatan dipersepsikan oleh seseorang, maka ia akan cenderung memilih *softlens* daripada kacamata sebagai alat bantu penglihatan. Harga dimaknai sebagai persepsi konsumen/pasien terhadap murah atau mahalnya alat bantu penglihatan yang dibeli, serta kesesuaiannya dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh dari alat bantu penglihatan, baik kacamata maupun *softlens*. Bagi pasien, harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari alat bantu penglihatan ketika digunakan untuk memberikan nilai finansial pada alat bantu

penglihatan tersebut (Beldona dan Kwansa, 2009). Harga pada alat bantu penglihatan cenderung mempengaruhi responden untuk lebih memilih kepada salah satu alat bantu baik kacamata ataupun *softlens*.

Kebanyakan pasien menggunakan harga sebagai indikator dari kualitas. Faktor terpenting dari harga sebenarnya adalah harga subyektif, yaitu harga yang dipersepsikan oleh pasien. Persepsi pasien terhadap kualitas kacamata atau *softlens* berubah-ubah seiring dengan perubahan yang terjadi pada harga. Semakin tinggi pula kualitas produk yang dipersepsikan oleh konsumen maka semakin tinggi harga suatu produk (Stanton, 1998). Keputusan pembelian didasarkan pada anggapan pasien terkait harga dan berapa harga aktual saat ini yang mereka pertimbangkan untuk membeli kacamata atau *softlens* (Kotler dan Keller, 2009).

Kenyamanan mata tidak mempengaruhi pemilihan alat bantu penglihatan. Hal ini karena kenyamanan mata (Satwiko, 2009) yaitu terpenuhinya kebutuhan seseorang untuk bisa melihat lebih jelas dan tajam disertai dengan perasaan segar, sehat, tidak terganggu, dan bisa melakukan aktifitas sehari-hari dengan leluasa dan tanpa gangguan. Kenyamanan mata tidak hanya masalah fisik biologis, namun juga perasaan, seperti cahaya yang masuk ke mata tidak terhalang, tidak ada tabir yang menutupi pandangan, tidak membuat mata menjadi perih/pedih, dan lain-lain. Bahwa baik dengan menggunakan kacamata maupun *softlens* maka kenyamanan mata juga bisa terpenuhi serta koreksi terhadap kelainan refraksi juga sudah tercapai sehingga variabel kenyamanan mata tidak berpengaruh terhadap pemilihan alat bantu kacamata dan *softlens*.

Keamanan mata tidak mempengaruhi pemilihan alat bantu penglihatan. Hal ini karena keamanan mata adalah keadaan bebas dari cedera fisik dan psikologis atau bisa juga keadaan aman mata saat penggunaan alat bantu penglihatan sehingga terpenuhinya kebutuhan seseorang untuk bisa melihat lebih jelas dan tajam (Potter dan Perry, 2005). Bahwa baik menggunakan alat bantu kacamata maupun *softlens* maka variabel keamanan mata juga bisa terpenuhi dengan mengikuti petunjuk penggunaan dan perawatan alat bantu kacamata dan *softlens* secara tepat dan aman serta koreksi terhadap kelainan refraksi juga sudah tercapai sehingga variabel keamanan mata tidak mempengaruhi pemilihan alat bantu kacamata dan *softlens*.

KESIMPULAN

1. Ada pengaruh gaya hidup dan harga terhadap pemilihan alat bantu penglihatan kacamata dan *softlens*. Dengan demikian, jika seseorang memiliki gaya hidup yang tinggi maka ia cenderung memilih *softlens* daripada kacamata sebagai alat bantu penglihatannya. Begitu juga, jika seseorang menganggap mahal harga alat bantu

penglihatan maka ia cenderung memilih *softlens* daripada kacamata sebagai alat bantu penglihatannya.

2. Tidak ada pengaruh kenyamanan dan keamanan mata terhadap pemilihan alat bantu penglihatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul. (2019). Pendapat. <http://creativecommons.org>. Diakses tanggal 10 Januari 2019.
- Anonim. (2009). Pustaka Kesehatan Populer Edisi Panca Indra: 67 – 68.
- Anonim. (2015). Softlen. <http://lifestylebisnis.com>. Diakses tanggal 10 Januari 2019.
- Anonim. (2019). Lifestyle. [http:// etymonline.com](http://etymonline.com). Diakses 10 Januari 2019.
- Anonim. (2019). [http:// wikipedia.com](http://wikipedia.com). Diakses tanggal 10 Januari 2019.
- American Optometric Associate. (2014). <http://aoa.org>. Diakses tanggal 10 Januari 2019.
- Hasyim. (2012). Kacamata (terhubung berkala). <http://koran-Jakarta.com>. Diakses tanggal 10 Januari 2019.
- Ibrahim, et al. (2012). Upper an Lower Tear Menisci on Contact Lenses. *Investigative Ophthalmology dan Visual Science* 50(3): 1106-11.
- Ilyas, Sidarta. (2006). Ilmu Penyakit Mata, Ed ke-3. Jakarta: Balai Penerbit FKUI.
- Kementrian Kesehatan. (2008). www.kemkes.go.id. Diakses tanggal 10 Januari 2019.
- Kellog Eye Center. (2015). Scleral Lens Use in Dry Eye Syndrome. USA: University of Michigan Medical School.
- Kepala Devisi Refraksi dan Lensa Kontak FK UI. (2011). Prosedur Benar dalam Memilih dan Membeli Kontak Lensa. <http://lifestyle.kompas.com>. Diakses tanggal 10 Januari 2019.
- Kolcaba K. (2003). *Comfort Theory and Pratic: a Vission for Holistic Health Care and Reasearch*. New York: Springer Publishing Company.
- Kotler dan Keller. (2009). *Managemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Maria, Johnstad Di. (2016). Umur. <http://creativecommons.org>. Diakses tanggal 10 Januari 2019.
- Mc Carthy William. (1996). *Dasar Dasar Pemasaran Edisi Keenam*. Jakarta: CV Intermedia.
- Narwoko dan Susanto. (2007). *Sosiologi*. Jakarta: Kencana.
- Notoatmodjo, Soekidjo. (2003). *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Potter, Perry. (2005). Buku Ajar Fundamental Keperawatan: Konsep, Proses dan Praktik, Ed 4. Jakarta: EGC.
- Rosalina. (2010). Trend Penggunaan Softlen. <http://suaramerdeka.com>. Diakses tanggal 10 Januari 2019.
- Schindler, Robert M. (2012). Pricing Strategies: A Marketing Approach. Thousand Oaks, California: SAGE. pp. 1–3. ISBN 978-1-4129-6474-6.
- Setyowibowo, Agung P. (2011). Fitting Lensa Kontak Lunak. Modul Pembelajaran. Surabaya: Fakultas Kedokteran Mata.
- Sloane, Ethel. (2004). Anatomi dan Fisiologi untuk Pemula. Jakarta: EGC.
- Stanton, Wiliam J. (1998). Prinsip Pemasaran Edisi Ketujuh Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Stevenson, A et al. (2011). Concise Oxford English Dictionary: Book dan CD ROM Set. OUP Oxford. Hlm 1302. ISBN 0199601100.
- Suryani, Prilia Tri. (2012). Penggunaan *Softlens* (Lensa Kontak). <http://digilib.uinsby.ac.id>. Diakses tanggal 10 Januari 2019.
- Yayasan Kementrian Kesehatan. (2018). www.yankes.kemkes.go.id. Diakses tanggal 10 Januari 2019.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada

1. Direktur, rekan-rekan dosen dan staf di Akademi Refraksi Optisi dan Optometry GAPOPIN yang sudah mendukung penelitian ini terselesaikan hingga terbit
2. Mentor pembimbing penelitian Bapak Syarif, Bu Susi dan Bu Murni yang telah membantu, membimbing dan mengarahkan penelitian saya hingga akhir
3. Optik di Bekasi tempat pengambilan data sehingga penelitian ini berjalan lancar dan sukses hingga selesai
4. Orang tua dan keluarga saya yang senantiasa mendukung dan memberi semangat sehingga penelitian ini bisa terselesaikan

BIODATA SINGKAT

Nama : Yuanita Novitasari
Pekerjaan : Dosen Kesehatan
Institusi : Akademi Refraksi Optisi dan Optometry GAPOPIN
Program Magister (S2) : Gizi Masyarakat, Ilmu Kesehatan Masyarakat,
Universitas Gadjah Mada
Program Sarjana (S1) : Pendidikan Biologi Universitas, Negeri Malang