

PENGARUH *TOTAL QUALITY MANAGEMENT* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA DEPARTEMEN BUBI (BIDANG USAHA BARANG INDUSTRI) PT. VARIA USAHA DI GRESIK

Umi Elan, Dina Harining Kusmindah

ABSTRACK

The construction industry is an industry that continues to grow along with growth in the economy of a region . This condition can be seen by the increasing number of development . The quality of the resulting construction services must be improved in order to gain the trust and satisfaction of customers . Improving the quality of performance for services in the construction industry can be done by implementing a system of Total Quality Management.

This study aims to identify and create a measurement instrument evaluation of the effects of the Total Quality Management of customer satisfaction at the department of Industrial Goods Business Field In PT Varia Usaha . By using 10 indicators , the authors tried to measure the performance of Total Quality Management (TQM) from the standpoint of customer satisfaction level will be the construction services.

From the analysis and calculation of linear regression obtained $R = 0.878$ means quite high relationship between the independent variable with dependent variable X to Y is equal to 87.8 % , so it can be said the relationship variable X (Total Quality Management) on the dependent variable Y (Customer Satisfaction) is very high. And the results of the crosstab analysis showed that age and education have an influence on the Quality Obsession (X3) because it has an average rating of 2.63.

Keyword : Linear Regression , Crosstab , Total Quality Management, Customer Satisfaction , Construction Services

PENDAHULUAN

Perkembangan industri manufaktur memicu perkembangan sektor industri jasa dan perdagangan. Perkembangan industri yang pesat membawa implikasi pada persaingan antar perusahaan dalam industri. Perusahaan dituntut untuk mempertahankan atau bahkan meningkatkan kinerjanya agar tetap bertahan dalam masa krisis maupun persaingan yang semakin ketat.

Persaingan dengan meningkatkan mutu produk / jasa, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Perusahaan kontraktor yang tidak mempersiapkan diri untuk meningkatkan kinerjanya maka akan menemui kesulitan dalam bersaing. Untuk meningkatkan mutu produk / jasa, perusahaan harus mengerti dan menerapkan *Total Quality Management*. Hubungan antara mutu dan waktu dapat dilihat dari tahap pelaksanaan proyek. Menurut Kotler dan Keller (2009:139) “kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka”. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak akan puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas, Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Kotler menyatakan bahwa ciri-ciri pelanggan yang merasa puas adalah pelanggan yang loyal terhadap produk. Dan terjadinya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif adalah salah satu bentuk keberhasilan dari penyampaian produk yang memuaskan.

Rumusan Masalah

Dari permasalahan di atas penelitian merumuskan : Apakah *Total Quality Management* (TQM) berpengaruh

terhadap kepuasan pelanggan pada Departemen Bidang Usaha Barang Industri PT Varia Usaha di Gresik.

LANDASAN TEORI

Total Quality Management (TQM)

Gazperz (2000:3) mengemukakan bahwa Total Quality Management (TQM) atau manajemen mutu terpadu adalah sebuah pendekatan dalam meningkatkan kualitas secara sistematis dengan menggunakan banyak dimensi dan telah diaplikasikan secara luas oleh banyak perusahaan dengan tujuan meningkatkan kinerja pemasaran melalui kualitas produk dan jasa.

Usry (2006:199) mendefinisikan Total Quality Management adalah pendekatan tingkat perusahaan atas perbaikan mutu yang mencari cara untuk memperbaiki mutu disemua proses dan aktivitas.

Karakteristik Total Quality Management

Ada sepuluh karakteristik TQM yang dikembangkan oleh Goetsch dan Davis dalam Nasution (2005: 22) yaitu : 1) Fokus Pada Pelanggan, 2) Obsesi terhadap Kualitas, 3) Pendekatan Ilmiah, 4) Komitmen Jangka Panjang, 5) Kerjasama Tim (Teamwork), 6) Perbaikan Sistem Secara Berkesinambungan, 7) Pendidikan dan Pelatihan, 8) Kebebasan yang Terkendali, 9) Kesatuan Tujuan, 10) Adanya Keterlibatan dan Pemberdayaan Karyawan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang riil / actual dengan kinerja produk yang diharapkan. Menurut Zeithaml

dan Bitner (2005) yang dikutip oleh E.M. Sangadji & Sopiah (2013:180-181), kepuasan konsumen merupakan “*costumer’s evaluation of a product or service in term of whether that product or sevice has met their needs and expectation.*” “Konsumen yang merasa puas pada produk/jasa yang dibeli dan digunakannya akan kembali menggunakan jasa/produk yang ditawarkan. Hal ini akan membangun kesetiaan konsumen. Pelanggan ini dari waktu ke waktu terus berkembang seiring dengan semakin bertambahnya pengalaman pelanggan. Kepuasan Pelanggan terdiri dari 7 Elemen Tjiptono (2011;439) : 1) Barang dan Jasa Berkualitas, 2) Relationship Marketing, 3) Program Promosi Loyalitas, 4) Fokus Pada Pelanggan Terbaik, 5) Sistem Penanganan Konplain Secara Efektif, 6) Unconditional Guarantees, 7) Program PayFor-Performance.

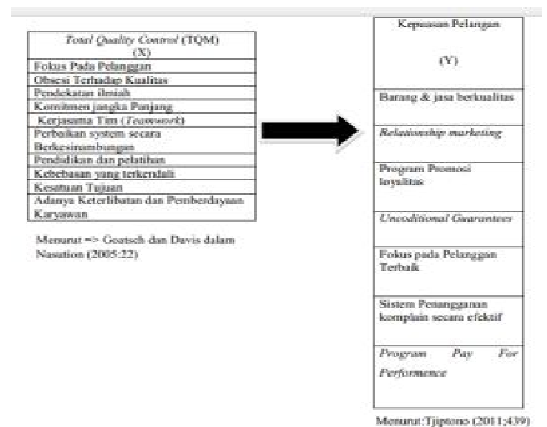
Hubungan Total Quality Management (TQM) Dengan Kepuasan Konsumen

Menurut Nasution (2001:56) terdapatnya hubungan antara *Total Quality Management*(TQM) terhadap kepuasan konsumen yaitu dengan meningkatkan penerapan TQM sebagai cara untuk meningkatkan kualitas, hal ini dilakukan untuk memperoleh kepuasan pelanggan atau pengguna produk dan jasa (Proyek).

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian survey diskriptif, yaitu penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan sesuatu, misalnya kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang, proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi, atau yang tengah berlangsung. Penelitian survey adalah penelitian yang mengambil sampel

dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif karena membutuhkan perhitungan secara sistematis tentang hubungan suatu variabel dengan menggunakan rumus statistik tertentu. Data yang dihubungkan berupa jawaban responden yang pada dasarnya merupakan data kualitatif dan untuk bisa dianalisis dengan metode kuantitatif, data tersebut harus dimanipulasi dengan cara membuat scoring dengan menggunakan skala Likert.



Data yang digunakan harus terukur dan nantinya akan menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasi.

Indikator Penelitian

Variabel Independen Total Quality Manajement TQM (X) terdiri dari 10

Karakteristik :

1. Fokus Pada Pelanggan (X1).
2. Obsesi terhadap Kualitas (X2).
3. Pendekatan Ilmiah (X3).
4. Komitmen Jangka Panjang (X4).
5. Kerjasama Tim / *Team Work* (X5).
6. Perbaikan Sistem Secara Berkesinambungan (X6).
7. Pendidikan dan Pelatihan (X7).
8. Kebebasan yang Terkendali (X8).
9. Kesatuan Tujuan (X9).
10. Adanya Keterlibatan dan

Pemberdayaan Karyawan (X10).
 Variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y) terdiri dari 7 Elemen:

1. Barang dan Jasa Berkualitas (Y1).
2. Relationship Marketing (Y2).
3. Program Promosi Loyalitas (Y3).
4. Fokus Pada Pelanggan Terbaik (Y4).
5. Sistem Penanganan Konplain Secara Efektif (Y5).
6. Unconditional Guarantees (Y6).
7. Program Pay-For-Performance (Y7).

PENGOLAHAN DATA

Uji Validitas dan Reliabilitas

Membandingkan nilai r_{hitung} yang diperoleh dari pengolahan data melalui program SPSS for windows dengan r_{tabel} (pada lampiran), yang ditentukan dengan cara melihat tabel angka kritis pada baris N, dalam penelitian ini jumlah respondennya 38 orang dan dengan menggunakan taraf signifikan 5 % atau 0,05 dan N = 38 maka angka kritisnya adalah 0,3 Validitas kuesioner dapat dilihat dari perbandingan nilai r_{hitung} yang dapat dilihat pada **Corrected Item Total Correlation** untuk Validitas dan nilai **Cronbach's Alpha** untuk Reliabilitas hasil output dari SPSS 23. (Imam Ghozali 2016:52), maka didapatkan hasil yang valid dan reliable.

Analisis Regresi Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26,248	7,370		3,562	,001
	TQM	2,922	,266	,878	10,984	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

$$Y = 26,248 + 7,370X$$

Artinya apabila nilai X = 0, maka nilai Y sudah mencapai nilai sebesar 26,248 yang tidak dipengaruhi oleh

variable apapun. Yang menunjukkan bahwa jika X (Total Quality Management) berubah dengan satu satuan, maka kinerja Y (Kepuasan Pelanggan) akan berubah sebesar 7,370 satuan. Artinya semakin seringnya perusahaan *respect* terhadap Total Quality Management maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

Koefisien Determinasi (R²) dan Koefisien Korelasi Sederhana

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,878 ^a	,770	,764	5,47471	,770	120,647	1	36	,000

a. Predictors: (Constant), TOM

b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Dari hasil analisis koefisien determinasi dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Dari hasil Adjusted R Square = 0,764 dapat dikatakan bahwa perubahan variable terikat (Y) sebesar 76,4% terhadap variabel X sebagian sisanya 23,6% disebabkan oleh faktor lain.
2. R Square = 0,770 artinya variasi dalam variable bebas X mampu menjelaskan variable terikat Y sebesar 77%.
3. R=0,878 artinya cukup tinggi hubungan antara variable bebas X terhadap variable terikat Y yaitu sebesar 87,8% sehingga dapat dikatakan hubungan variable X terhadap Y sangat tinggi.

Uji T

Dari tabel didapatkan $t_{hitung} = 10,984$ dan $t_{tabel} = 2,024$, dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$, $3,562 > 2,024$ artinya signifikan, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima atau adanya pengaruh antara variabel bebas (X) secara terhadap variabel terikat (Y).

Crosstab

Nilai rata-rata dari perhitungan Crosstab Usia terhadap variabel :

Crosstab Usia					
	Baik	Sedang	Buruk	Total	Rata-Rata
X1	21	10	7	90	2.37
X2	25	11	2	99	2.61
X3	21	10	17	100	2.63
X4	25	11	2	99	2.61
X5	21	10	7	90	2.37
X6	25	11	2	99	2.61
X7	21	10	7	90	2.37
X8	21	10	7	90	2.37
X9	21	10	7	90	2.37
X10	25	11	2	99	2.61

Nilai rata-rata dari perhitungan Crosstab Pendidikan terhadap variabel X

Crosstab Pendidikan					
	Baik	Sedang	Buruk	Total	Rata-Rata
X1	21	10	7	90	2.37
X2	25	11	2	99	2.61
X3	21	10	17	100	2.63
X4	25	11	2	99	2.61
X5	21	10	7	90	2.37
X6	25	11	2	99	2.61
X7	21	10	7	90	2.37
X8	21	10	7	90	2.37
X9	21	10	7	90	2.37
X10	25	11	2	99	2.61

Dari hasil perhitungan crosstab diatas didapatkan bahwa faktor usia dan pendidikan mempunyai pengaruh dalam Obsesi Terhadap Kualitas (X3) karena mempunyai nilai rata-rata sebesar 2,63.

KESIMPULAN

Dari pembahasan yang telah dilakukan oleh penulis telah didapatkan bahwa hasil analisis sebagai berikut :

1. $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $10,984 > 2,028$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berarti adanya pengaruh positif dan kuat atau signifikan antara variabel X terhadap variabel dependen Y.
2. $R = 0,878$ artinya cukup tinggi hubungan antara variable bebas X terhadap variable terikat Y yaitu sebesar 87,8% sehingga dapat dikatakan hubungan variable X (*Total Quality Management*) terhadap variabel dependen yaitu variabel Y (Kepuasan Pelanggan) sangat tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, M. Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif 2*. Kencana : Jakarta.
- Gasperz. Vimcemt 2001. *Total Quality Management*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotler, Philip, and keller, Kevin, Lene 2009. *Marketing Management, Thirteenth Edition*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Amstrong, Gary 2008. *Principles of marketing, Twelfth Edition*, Jakarta: Erlanga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- 7.Nasution, Nur 2015. *Manajemen mutu terpadu, Thirteenth Edition* , Jakarta: Ghalia Indonesia
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta : Bandung
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Silalahi, Uber. 2010. *Metode Penelitian Sosial*. Aditama : Bandung
- Sangadji, dan sopiah 2013. *Perilaku konsumen*. CV Andi. Yogyakarta
- Tjiptono , fandy 2011. *Pemasaran jasa*, Sleman : Bayu Publishing
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Pemasaran Jasa. 1st ed*. Banyu Media Publishing.
- Tjptono, Fandy, dan Anastasa, Diana. 2004. *Pelanggan puas tak cukup*. CV Andi. Yogyakarta
- Prasetijo, dan ihalauw 2004. *Perilaku konsumen*. CV Andi. Yogyakarta.
- Musanto, Trisno. 2004. *Faktor – faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada CV Sarana Media Adversiting*: Skripsi.