

PENGARUH IMPLEMENTASI TOTAL QUALITY MANAJEMEN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

R. Evy Ismayanty¹, Hemi Sukarela² Tati Sumarti³

STIE Tridharma

evyismayaty@stietridharma.ac.id

STIE Tridharma

Hemisukraela92@gmail.com

STIE Tridharma

tatibsri@stietidharma.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan Total Quality Manajemen dan Kepuasan Konsumen di PT. Kharisma Siliwangi Bandung, serta pengaruh implementasi total quality manajemen terhadap kepuasan konsumen PT. Kharisma Siliwangi Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif. Sampel pada penelitian ini adalah 32 karyawan. Teknik sampling yang digunakan adalah simple random sampling. Data diperoleh dari responden dengan menggunakan alat pengumpul data berupa kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS 17.0 *for windows*. Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan metode statistik yaitu regresi linier sederhana, diperoleh nilai koefisien determinan (KD) sebesar 0,304. Hal ini menunjukkan pengertian kepuasan konsumen (Y) dipengaruhi sebesar 30,40% oleh total quality manajemen (X), sedangkan sisanya (100% - 30,40% = 10,60%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain..

Kata kunci : Total Quality Manajemen , Kepuasan

ABSTRACT

This study aims to determine the application of Total Quality Management and Customer Satisfaction at PT. Kharisma Siliwangi Bandung, as well as the effect of the implementation of total quality management on consumer satisfaction of PT. Charisma Siliwangi Bandung. The research method used is descriptive analysis method with a quantitative approach. The sample in this study were 32 employees. The sampling technique used is simple random sampling. Data obtained from respondents by using a data collection tool in the form of a questionnaire. Analysis of the data used is simple linear regression analysis using computer-assisted SPSS 17.0 for windows program. Based on the results of data analysis using statistical methods, namely simple linear regression, the determinant coefficient value (KD) is 0.304. This shows that the notion of consumer satisfaction (Y) is influenced by 30.40% by the total quality management (X), while the rest (100% - 30.40% = 10.60%) is influenced by other factors.

Keywords: Total Quality Management , Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Pada era pasar bebas perusahaan jasa dihadapkan pada lingkungan bisnis yang menantang dan semakin kompetitif. Perusahaan akan bisa bertahan dan bertumbuh dalam lingkungan bisnis yang mengatakan hal yang mendasari *competitive advantage* adalah kemampuan perusahaan untuk menyediakan produk dan jasa yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Hal ini disebabkan oleh konsumen adalah *starting point* daripada *end point* pada kesuksesan bisnis (Arumugam & Mojtahedzadeh, 2011).

Kepuasan konsumen merupakan salah satu indikator pada pengukuran kinerja non-financial. Menurut Angelova & Zekiri (2011) kepuasan konsumen adalah hasil akhir yang dirasakan konsumen dari kinerja perusahaan yang telah memenuhi harapan mereka.

Perusahaan-perusahaan di Indonesia telah secara aktif melakukan perbaikan-perbaikan kualitas melalui penerapan TQM untuk dapat memenangkan persaingan global. Demikian juga perusahaan jasa angkutan telah secara aktif menerapkan TQM untuk perbaikan-perbaikan kualitas. Yang di maksud disini jasa angkutan atau ekspedisi adalah suatu alat transportasi untuk memudahkan konsumen dalam mengirim barang serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang di kelola secara komersial.

Perusahaan ekspedisi atau jasa angkutan merupakan salah satu perusahaan yang termasuk transportasi. Oleh karena itu, perusahaan Jasa angkutan merupakan salah satu sumber penghasilan yang menguntungkan dan bagian dari pertumbuhan ekonomi.

Dengan pertambahan jumlah pesaing sejenis dari tahun ke tahun menunjukkan lingkungan bisnis dealer mobil daihatsu serta jasa service juga perawatan mobil di PT. Kharisma Siliwangi Bandung semakin kompetitif. Lingkungan bisnis yang kompetitif mengharuskan semua perusahaan jasa sejenis mengutamakan kualitas pelayanan melalui penerapan TQM meskipun dengan level yang berbeda dalam upaya menciptakan kepuasan konsumen. Dimungkinkan ada perusahaan angkutan telah jauh dalam penerapan TQM dan ada pula jasa angkutan yang baru menerapkan TQM.

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan PT. Kharisma Siliwangi, adapun masalah-masalah yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang saat ini ada di perusahaan yang perlu perhatian adalah mengenai Total Quality Manajemen terhadap kepuasan konsumen. Hal lainnya yaitu mengenai masih ada keterlambatan datangnya armada atau kendaraan sehingga proses pengiriman jadi terhambat. Kondisi tersebut bisa menimbulkan konsumen komplek terhadap perusahaan jika tidak diperhatikan dan melakukan upaya perbaikan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang ada, maka dikemukakan perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana implementasi *total quality manajemen* pada PT.Kharisma Siliwangi Bandung?
2. Bagaimana kepuasan konsumen pada PT. Kharisma SiliwanSgi Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh implementasi *total quality manajemen* terhadap kepuasan konsumen pada PT. Kharisma Siliwangi Bandung?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitiannya yaitu untuk mengetahui :

1. Implementasi *total quality manajemen* di PT. Kharisma Siliwangi Bandung.
2. Kepuasan konsumen di PT. Kharisma Siliwangi Bandung.
3. Besarnya pengaruh implemtasi *total quality manajemen* terhadap kepuasan konsumen di PT. Kharisma Siliwangi Bandung.

Manfaat Penelitian

Dengan melihat tujuan penelitian di atas, maka penelitian ini di harapkan dapat memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun praktis, adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

Kegunaan Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini, dapat di jadikan bahan kajian lebih lanjut dalam penelitian tentang Pengaruh Implementasi Total Quality Manajemen Terhadap Kepuasan konsumen di PT. Kharisma Siliwangi Bandung serta sebagai bahan informasi dan masukan yang diperlukan dan sebagai pembanding dalam penulisan selanjutnya.

Kegunaan Praktis

1. Sebagai bahan masukan dan bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menangani Pengaruh Implementasi Total Quality Manajemen Terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Kharisma Siliwangi Bandung.
2. Mengetahui serta memahami Pengaruh Implementasi Total Quality Manajemen Terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Kharisma Siliwangi Bandung.

KERANGKA TEORITIS

Total Quality Management

Dilber et al., (2005), Menyatakan : “TQM sebagai sebuah aksi dalam perencanaan produksi dan menyediakan komoditas atau jasa, secara konsisten dengan memenuhi keperluan konsumen dan memenuhi persyaratan lebih baik, lebih murah, lebih cepat, lebih aman, mudah untuk digunakan daripada barang yang disediakan pesaing dengan melibatkan partisipasi semua karyawan dibawah kepemimpinan top management”.

Prinsip Total Quality Management

Menurut Hensler dan Brunell dalam (Nasution 2010: 30-31), ada empat prinsip utama dalam TQM. Keempat prinsip tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kepuasan Konsumen Dalam TQM, konsep mengenai kualitas dan konsumen diperluas.
2. Respek terhadap Setiap Orang Dalam perusahaan yang kualitasnya tergolong kelas dunia, setiap karyawan dipandang sebagai individu yang memiliki talenta dan kreativitas yang khas.
3. Manajemen Berdasarkan Fakta Perusahaan kelas dunia berorientasi pada fakta. Perbaikan Berkesinambungan Agar dapat sukses, setiap perusahaan perlu melakukan proses sistematis dalam melaksanakan perbaikan secara berkesinambungan.

Komponen Total Quality Management

Menurut Goetsch dan Davis (Nasution 2010: 22-24), komponen TQM yang harus diperhatikan dalam menjalankan program pengelolaan kualitas dengan baik adalah sebagai berikut:

1. Fokus Pada Konsumen
2. Obsesi terhadap Kualitas
3. Pendekatan Ilmiah
4. Komitmen Jangka Panjang
5. Kerja Sama Tim
6. Perbaikan Sistem Secara Berkesinambungan
7. Pendidikan dan Pelatihan
8. Kebebasan yang Terkendali
9. Kesatuan Tujuan.
10. Adanya Keterlibatan dan Pemberdayaan Karyawan.

Manfaat Total Quality Management

Manfaat TQM menurut Arumugam & Mojtahedzadeh (2011) adalah meningkatkan profit, kepuasan pelanggan, mengembangkan market share dan menciptakan competitive advantage.

Indikator Total Quality Manajemen.

Total Quality Managemen merupakan suatu pendekatan dalam menjalankan usaha yang mencoba untuk memaksimumkan daya saing organisasi melalui perbaikan terus-menerus atas produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungannya sebagai berikut:

1. Fokus Pada Pelanggan
2. Perbaikan Berkesinambungan
3. Pendidikan dan pelatihan
4. Komitmen jangka Panjang
5. Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan

Identifikasi Konsumen

Konsumen adalah semua orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu, dan karena itu akan memberikan pengaruh pada performansi perusahaan (**Nasution, 2010:45-46**).

Kepuasan Konsumen

(**Nasution 2010: 49**) mendefinisikan kepuasan konsumen ke dalam lima perspektif yaitu:

- a) *Normative deficit definition* (perbandingan antara hasil (outcome) aktual dengan hasil yang kultural dapat diterima).
- b) *Equity definition* (perbandingan perolehan atau keuntungan yang didapatkan dari pertukaran sosial bila perolehan tersebut tidak sama, maka pihak yang dirugikan akan tidak puas).
- c) *Atributional definition* (kepuasan tidak hanya ditentukan oleh ada tidaknya diskonfirmasi harapan, namun juga oleh sumber penyebab diskonfirmasi).
- d) *Procedural fairness definition* (kepuasan merupakan fungsi dari keyakinan atau persepsi konsumen bahwa ia telah diperlakukan secara adil).

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi dan Harapan Konsumen

Kepuasan konsumen sangat tergantung dari persepsi dan ekspektasi mereka. Oleh karena itu, (**Nasution, 2010:50**) menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen sebagai berikut:

- a) Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan konsumen ketika ia sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen/pemasok produk (perusahaan).
- b) Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
- c) Pengalaman dari teman-teman, di mana mereka akan menceritakan kualitas produk yang akan dibeli oleh konsumen itu.
- d) Komunikasi melalui iklan dan pemasaran juga mempengaruhi persepsi konsumen.

Manfaat Kepuasan Konsumen

Tjiptono (2010:102) menyatakan kepuasan konsumen dapat memberi beberapa manfaat yaitu:

- a) Hubungan antara perusahaan dan para konsumennya menjadi harmonis
- b) Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang
- c) Dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen
- d) Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word-of-mouth) yang menguntungkan bagi perusahaan
- e) Reputasi perusahaan menjadi baik di mata konsumen
- f) Laba yang diperoleh dapat meningkat

Dimensi Kepuasan Konsumen

Pada organisasi jasa, penilaian kualitas dari jasa yang di lakukan selama memberikan *Normative standard definition* (perbandingan antara hasil aktual dengan harapan standar konsumen yang dibentuk dari pengalaman dan keyakinan mengenai tingkat kinerja yang seharusnya ia terima dari merek tertentu).

Pelayanan berhubungan dengan konsumen. Karunaratne et al., (2010), mengidentifikasi 5 dimensi service quality (SERVQUAL) yang menghasilkan kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

- a) Reliability (keandalan)
- b) Responsiveness (Responsif)
- c) Assurance (kepastian)
- d) Empathy (empati)
- e) Tangibles (berwujud)

Indikator Kepuasan Konsumen

Pengukuran Kepuasan Konsumen sangatlah penting untuk di lakukan karena memberikan informasi yang bermanfaat bagi perusahaan, pemegang saham, investor, pemerintah dan konsumen. Menurut Tjiptono (2010,453-454) ada enam konsep inti mengenai objek pengukuran :

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan (Overaal Customer satisfaction)
2. Dimensi kepuasan konsumen
3. Konfirmasi harapan
4. Ketersediaan untuk merekomendasi

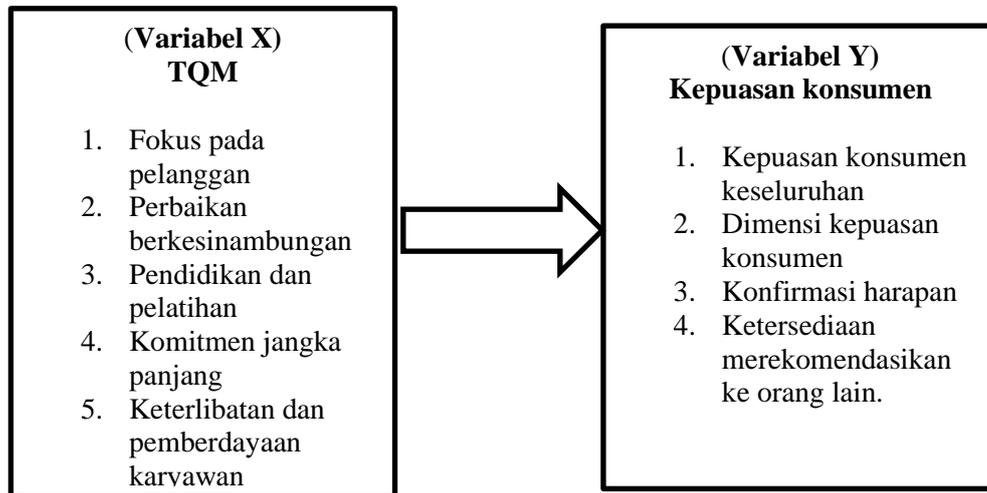
Hubungan Antara Total Quality Manajemen dengan Kepuasan Konsumen

Berbicara tentang total quality manajemen tentu akan berbicara tentang mutu atau kualitas pelayanan yang di berikan perusahaan jasa angkutan, walau bagaimanapun kepuasan konsumen adalah sebagai "*customer's evaluation of a product or service in terms of whether that product or service has met their needs and expectation*". kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya (Tjiptono, 2010):

1. Hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan
4. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan bagi perusahaan.
5. Reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan
6. Laba yang diperoleh dapat meningkat

Paradigma Penelitian dan Hipotesis

Agar penelitian ini mudah dalam pelaksanaannya serta dapat dipakai sebagai bahan acuan perumusan hipotesis, digambarkan bentuk paradigma penelitian yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya.



Gambar 1. Paradigma Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

Ho = Terdapat pengaruh positif implementasi *total quality manajemen* terhadap kepuasan konsumen di PT. Kharisma Siliwangi Bandung.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan adalah penelitian yang bersifat *deskriptif* dan *verifikatif*. Metode deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menjawab rumusan masalah pertama mengenai bagaimana pengaruh implemtasi total quality manajemen yang diterapkan pada PT. Mitra Transindo Perkasa
2. Bagaimana Kepuasan konsumen yang diterapkan pada PT. Mitra Transindo Perkasa.

Penelitian verifikatif atau dalam istilah statistika disebut inferensial atau induktif adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul dengan maksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi melalui suatu pengujian hipotesis (Sugiyono, 2014 : 37).

Operasionalisasi Variabel

1. Variabel Bebas (Independent Variabel) adalah Total Quality Manajemen
2. Variabel Terikat (Dependent Variabel) adalah Kepuasan Konsumen

Jenis dan Sumber Data

Teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Data Primer
Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari responden berupa data kuesioner yang disebarkan.
2. Data Sekunder
Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung.

Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya Sugiyono (2014:80).

Karyawan di Ikafood Bandung berjumlah 32 orang, maka penelitian dilakukan kepada karyawannya dan diambil kesimpulan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Study Lapangan
 - a. Wawancara.
 - b. Observasi.
 - c. Kuesioner.
2. Study kepustakaan
 - a. Study Literatur
 - b. Study dokumentasi

Rancangan Analisa dan Uji Hipotesis

Data yang digunakan untuk variabel Total Quality Manajemen (X), Kepuasan Konsumen (Y) merupakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner dan menggunakan skala ordinal.

Penelitian ini menggunakan metode korelasi *pearson product moment* yang harus menggunakan data interval. Untuk memenuhi persyaratan prosedur tersebut data ordinal diubah ke dalam bentuk interval menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI).

Uji Validitas dan Reliabilitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid disini berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Sedangkan instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama Uji Validitas Instrumen.

Menurut Sugiyono (2014:178), kriteria atau syarat suatu item tersebut dinyatakan valid adalah bila korelasi tiap faktor tersebut bernilai positif dan besarnya 0,3 keatas.

Untuk mencari nilai korelasinya penulis menggunakan *Person Product Moment* sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x \sum y)}{\sqrt{[N(\sum x^2) - (\sum x)^2][N(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

r = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh dari subjek tiap item

Y = Skor yang diperoleh dari subjek seluruh item

N = Banyaknya responden

$\sum xy$ = Total variabel X (TQM) dan variabel Y (Kepuasan Konsumen)

$\sum x^2$ = Total variabel X (Total Quality Manajemen)

$\sum y^2$ = Total variabel Y (Kepuasan Konsumen)

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- Jika r_{xy} hitung > r tabel maka pertanyaan dinyatakan valid
- Jika r_{xy} hitung < r tabel maka pertanyaan dinyatakan tidak valid

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berujuan untuk mengukur suatu kestabilan dan konsistensi skala pengukuran.

Menurut Sugiyono (2014:179), instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama.

Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk mengetahui pengaruh Implementasi Total Quality Manajemen terhadap Kepuasan Konsumen PT. Mitra Transindo Perkasa maka penulis menggunakan Analisis Regresi Linier Sederhana. Dengan model regresi sederhana yang akan dibentuk menurut Sugiyono (2014:277) adalah sebagai berikut :

$$Y=a+b.X+e$$

Dimana :

Y = Kepuasan Konsumen (Y)

X = Total Quality Manajemen (X)

a = konstanta a

b = koefisien Variabel X

e = Residual

Analisis Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi ini untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara variabel X (Total Quality Manajemen) dengan variabel Y (Kepuasan Konsumen), serta untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel X terhadap Y **Analisis**

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi sering digunakan untuk melihat besarnya kontribusi variabel-variabel bebas, seperti : keandalan, daya tanggap, jaminan, perhatian dan bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan dengan rumus:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

KD = Koefisien Determinasi

R = Koefisien Korelasi

Rancangan Uji Hipotesis (Uji t)

Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen diuji dengan tingkat kepercayaan (*confidence interval*) 95% atau $\alpha = 0.05$,

Kriteria pengujian hipotesis untuk uji serempak adalah:

$H_0: \beta = 0$, tidak terdapat pengaruh yang positif antara variabel Total quality manajemen terhadap kepuasan konsumen

$H_1: \beta \neq 0$, terdapat pengaruh yang positif antara variabel total quality manajemen terhadap kepuasan konsumen

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dipenden yaitu:

Pengujian Hipotesis : $t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$

Keterangan :

t_{hitung} = nilai t yang dicari

r = koefisien korelasi hasil r_{hitung}

n = jumlah responden tanggap, jaminan, perhatian dan bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan dengan rumus:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

KD = Koefisien Determinasi

R = Koefisien Korelasi

Rancangan Uji Hipotesis (Uji t)

Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen diuji dengan tingkat kepercayaan (*confidence interval*) 95% atau $\alpha = 0.05$,

Kriteria pengujian hipotesis untuk uji serempak adalah:

$H_0: \beta = 0$, tidak terdapat pengaruh yang positif antara variabel Total quality manajemen terhadap kepuasan konsumen

$H_i: \beta \neq 0$, terdapat pengaruh yang positif antara variabel total quality manajemen terhadap kepuasan konsumen

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen yaitu:

Pengujian Hipotesis : $t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$

Keterangan : t_{hitung} = nilai t yang dicari

r = koefisien korelasi hasil r_{hitung}

n = jumlah responden

HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Karakteristik berdasarkan Usia

Jumlah sampel yang memiliki tingkat usia terbanyak adalah 23-35 Tahun dengan persentase 34.4% berjumlah 11 orang dan dilanjutkan 36-48 Tahun dengan jumlah persentase 37.5% berjumlah 12 orang, sedangkan pada usia 49-61 Tahun memiliki persentase sebanyak 28.1% berjumlah 9 orang.

Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 20 orang atau 62,5% responden laki-laki dan sisanya sebanyak 12 orang atau 37,5% adalah responden perempuan.

Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan

Karyawan dengan tingkat pendidikan rendah sebanyak 15 orang atau 46.9% responden, dan sisanya pendidikan tinggi sebanyak 17 orang atau 53.1% responden

Karakteristik berdasarkan Masa Kerja

Jumlah sampel yang memiliki tingkat masa kerja terbanyak adalah < 3 tahun dengan persentase 40.6% berjumlah 13 orang dan dilanjutkan 4-10 tahun dengan jumlah persentase 31.2% berjumlah 10 orang, pada usia 11-20 tahun memiliki persentase sebanyak 18.8% berjumlah 6 orang, sedangkan >20 tahun memiliki persentase 9,4% berjumlah 3 orang.

Variabel Total Quality Manajmen (X1)

Fokus pada konsumen

Tanggapan koresponden terhadap total quality manajmen dalam fokus pada konsumen di PT. Kharisma Siliwangi Bandung adalah sebanyak 33,75 % menyatakan sangat setuju, 33,75 % menyatakan setuju, 8,75 % menyatakan netral, 22,5 % menyatakan tidak setuju, 1,25 % menyatakan sangat tidak setuju,

Perbaikan berkesinambungan

Tanggapan koresponden terhadap total quality manajmen dalam perbaikan berkesinambungan di PT. Kharisma Siliwangi Bandung adalah sebanyak 12,5 % menyatakan sangat setuju, 17,5 % menyatakan setuju, 21,25 % menyatakan netral, 26,25 % menyatakan tidak setuju, 22,5 % menyatakan sangat tidak setuju,

Pendidikan dan pelatihan

Tanggapan koresponden terhadap total quality manajemen dalam pendidikan dan pelatihan di PT. Kharisma Siliwangi Bandung adalah sebanyak 5,6% menyatakan sangat setuju, 11,87 % menyatakan setuju, 29,37 % menyatakan netral, 28,12 % menyatakan tidak setuju, 25 % menyatakan sangat tidak setuju,

Komitmen jangka panjang

Tanggapan koresponden terhadap total quality manajmen dalam komitmen jangka panjang di PT. Kharisma Siliwangi Bandung adalah sebanyak 9,3% menyatakan sangat setuju, 18,12 % menyatakan setuju, 31,25 % menyatakan netral, 31,87 % menyatakan tidak setuju, 9,3 % menyatakan sangat tidak setuju

Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan

Tanggapan koresponden terhadap total quality manajemen dalam Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan di PT. Kharisma Siliwangi Bandung adalah sebanyak 14,28% menyatakan sangat setuju, 47,82 % menyatakan setuju, 8,0 % menyatakan netral, 28,57 % menyatakan tidak setuju, 1,2 % menyatakan sangat tidak setuju,

Variabel kepuasan konsumen (Y1)

Kepuasan konsumen keseluruhan

Tanggapan koresponden terhadap kepuasan konsumen dalam Kepuasan konsumen keseluruhan di PT. Kharisma Siliwangi Bandung adalah sebanyak 14,06 % menyatakan sangat setuju, 4,6 % menyatakan setuju, 51,56 % menyatakan netral, 29,68 % menyatakan tidak setuju, 0 % menyatakan sangat tidak setuju

Dimensi kepuasan konsumen

Tanggapan koresponden terhadap kepuasan konsumen dalam Dimensi kepuasan konsumen di PT. Kharisma Siliwangi Bandung adalah sebanyak 7,8 % menyatakan sangat setuju, 10,9 % menyatakan setuju, 18,8 % menyatakan netral, 20,3 % menyatakan tidak setuju, 26,5 % menyatakan sangat tidak setuju.

Kesediaan untuk merekomendasi

Tanggapan koresponden terhadap kepuasan konsumen dalam Kesediaan untuk merekomendasi di PT. Kharisma Siliwangi Bandung adalah sebanyak 3.1% menyatakan sangat setuju, 18.8 % menyatakan setuju, 46,9 % menyatakan netral, 15,6 % menyatakan

tidak setuju, 15,6 % menyatakan sangat tidak setuju

Konfirmasi harapan

Tanggapan koresponden terhadap kepuasan konsumen dalam Kesediaan untuk merekomendasi di PT. Kharisma Siliwangi Bandung adalah sebanyak 0 % menyatakan sangat setuju, 0 % menyatakan setuju, 71,9 % menyatakan netral, 28,1 % menyatakan tidak setuju, 0 % menyatakan sangat tidak

Tabel 1. Pengaruh Implementasi Total Quality Manajemen terhadap Kepuasan Konsumen

Tabel 2. Uji Normalitas Data Total Quality

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		KEPUASAN_KONSUMEN
N		32
Normal Parameters ^a	Mean	20.00
	Std. Deviation	2.032
Most Extreme Differences	Absolute	.157
	Positive	.124
	Negative	-.157
Kolmogorov-Smirnov Z		.891
Asymp. Sig. (2-tailed)		.406

a. Test distribution is Normal.

Hasil uji normalitas data yang terangkum pada tabel di atas terlihat bahwa untuk data total quality managemen dan kepuasan konsumen berdistribusi normal karena memiliki nilai sig (p) > 0.05. Untuk data total quality mangmen memiliki sig (p) 0.931 dan untuk kepuasan konsumen memiliki nilai sig (p) 0.406. maka kedua data tersebut berdistribusi normal.

Dari hasil tersebut maka untuk keperluan pengujian hipotesis dalam penelitian menggunakan analisis statistik parametrik yaitu rumus *regresi linier sederhana dan Correlate bivariate*.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Hasil data yang diolah menggunakan *output SPSS 17 for Window* untuk regresi linier adalah : Regresi linier : Total Quality Manajemen (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Tabel 3. Regresi Linier Sederhana

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.551 ^a	.304	.280	5.388

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN_KONSUMEN

Hasil dari tabel **Model Summary**, pada bagian ini ditampilkan nilai $R = 0,551$ dan koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,304$. Hal ini menunjukkan pengertian bahwa kepuasan konsumen (Y) dipengaruhi sebesar $30,40\%$ oleh total quality managman (X), sedangkan sisanya ($100\% - 30,40\% = 10,60\%$) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

R^2 berkisar pada angka 0 sampai 1, dengan catatan semakin kecil angka R^2 semakin lemah hubungan kedua variabel.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Hasil data yang diolah menggunakan *output SPSS 17 for Window* untuk regresi linier adalah :

Regresi linier : Total Quality Manajemen (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Tabel 4. Regresi Linier Sederhana

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.551 ^a	.304	.280	5.388

a. Predictors: (Constant),
KEPUASAN_KONSUMEN

Hasil dari tabel **Model Summary**, pada bagian ini ditampilkan nilai $R = 0,551$ dan koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,304$. Hal ini menunjukkan pengertian bahwa kepuasan konsumen (Y) dipengaruhi sebesar $30,40\%$ oleh total quality managman (X), sedangkan sisanya ($100\% - 30,40\% = 10,60\%$) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. R^2 berkisar pada angka 0 sampai 1, dengan catatan semakin kecil angka R^2 semakin lemah hubungan kedua variabel.

Untuk melihat pengaruh variabel tersebut signifikan atau tidak, dilihat Langkah-langkah pengujiaannya adalah sebagai berikut:

Menentukan Hipotesis dengan teknik probabilitas ($0,05$) diuji dirumuskan secara statistik sebagai berikut :

$H_a : \rho_{yx} \neq 0$

$H_o : \rho_{yx} = 0$

Hipotesis bentuk kalimat

H_a : Total Quality Manajemen berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

H_o : Total Quality Manajemen tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

Total Quality Manajemen

Hasil Penelitian Responden yang memiliki nilai total quality manajemen antara 62 sampai dengan 69 berjumlah 10 orang dengan nilai persentasi sebesar 32% , nilai tersebut memiliki tingkat rendah, sedangkan yang memiliki nilai kinerja antara 70 sampai 76 berjumlah 12 orang dengan nilai persentasi 36% , nilai tersebut memiliki tingkat sedang, sedangkan yang terakhir yang memiliki nilai teknik dasar antara 77 sampai 88 berjumlah 10 orang dengan persentasi 32% , nilai memiliki tingkat tinggi.

Kepuasan konsumen

Responden yang memiliki nilai kepuasan antara 16 sampai dengan 19 berjumlah 9 orang dengan nilai persentasi sebesar 28% , nilai tersebut memiliki tingkat rendah, sedangkan

yang memiliki nilai kinerja antara 19 sampai 21 berjumlah 17 orang dengan nilai persentasi 53%, nilai tersebut memiliki tingkat sedang, sedangkan yang terakhir yang memiliki nilai teknik dasar antara 22 sampai 24 berjumlah 6 orang dengan persentasi 19%, nilai memiliki tingkat tinggi.

Tingkat total quality manageman.

Berdasarkan hasil data gambaran yang memiliki nilai total quality manajemen antara 62 sampai dengan 69 berjumlah 10 orang dengan nilai persentasi sebesar 32%, nilai tersebut memiliki tingkat rendah, sedangkan yang memiliki nilai kinerja antara 70 sampai 76 berjumlah 12 orang dengan nilai persentasi 36%, nilai tersebut memiliki tingkat sedang, sedangkan yang terakhir yang memiliki nilai teknik dasar antara 77 sampai 88 berjumlah 10 orang dengan persentasi 32%, nilai memiliki tingkat tinggi.

Tingkat kepuasan konsumen

Deskripsi data tentang kepuasan konsumen dapat dilihat di tabel 4.9 gambaran yang memiliki nilai kepuasan konsumen antara 16 sampai dengan 19 berjumlah 9 orang dengan nilai persentasi sebesar 28%, nilai tersebut memiliki tingkat rendah, sedangkan yang memiliki nilai kinerja antara 19 sampai 21 berjumlah 17 orang dengan nilai persentasi 53%, nilai tersebut memiliki tingkat sedang, sedangkan yang terakhir yang memiliki nilai teknik dasar antara 22 sampai 24 berjumlah 6 orang dengan persentasi 19%, nilai memiliki tingkat tinggi.

Pengaruh Implementasi Total Quality Manajemen terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Kharisma Siliwangi Bandung

Dari hasil analisis data didapat nilai regresi linier antara Total Quality Manajemen terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Kharisma Siliwangi Bandung. pada bagian ini ditampilkan nilai $R = 0,551$ dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,304. Hal ini menunjukkan pengertian bahwa kepuasan konsumen (Y) dipengaruhi sebesar 30,40% oleh total quality manageman (X), sedangkan sisanya ($100\% - 30,40\% = 69,60\%$) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. R^2 berkisar pada angka 0 sampai 1, dengan catatan semakin kecil angka R^2 semakin lemah hubungan kedua variabel.

Banyak yang peneliti temukan setelah hasil analisis dan pengolahan data, berikut ini beberapa penemuan yang dirumuskan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Penerapan TQM membutuhkan komitmen yang kuat dalam melakukan perbaikan terus-menerus atas produk, jasa, tenaga kerja, proses dan lingkungannya. TQM juga dapat diartikan sebagai perpaduan semua fungsi manajemen, semua bagian dari suatu perusahaan dan semua orang ke dalam falsafah holistik yang dibangun berdasarkan konsep kualitas, teamwork, produktivitas, dan kepuasan konsumen.
2. Dari data tentang tingkat kepuasan konsumen di PT. Kharisma Siliwangi Bandung secara umum tergolong sedang. Hal ini dinyatakan oleh 17 responden dengan persentasi 53% dalam penelitian ini memiliki nilai antara 19 sampai 21.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan artinya semakin tinggi tingkat total quality manageman maka semakin tinggi juga kepuasan konsumen, dimana besarnya pengaruh kedisiplinan terhadap kinerja dalam penelitian ini sebesar 30.5%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dengan mengacu pada hasil penelitian dan analisis data, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Penerapan total quality manajemen di PT. Kharisma Siliwangi Bandung, menunjukkan bahwa nilai total quality manajemen antara 62 sampai dengan 69 berjumlah 10 orang

- dengan nilai persentasi sebesar 32%, nilai tersebut memiliki tingkat rendah, sedangkan yang memiliki nilai kinerja antara 70 sampai 76 berjumlah 12 orang dengan nilai persentasi 36%, nilai tersebut memiliki tingkat sedang, sedangkan yang terakhir yang memiliki nilai teknik dasar antara 77 sampai 88 berjumlah 10 orang dengan persentasi 32%, nilai memiliki tingkat tinggi
2. Kepuasan konsumen di PT. Mitra Transindo Perkasa Kantor Bandung, menunjukkan bahwa responden yang memiliki nilai kepuasan antara 16 sampai dengan 19 berjumlah 9 orang dengan nilai persentasi sebesar 28%, nilai tersebut memiliki tingkat rendah, sedangkan yang memiliki nilai kinerja antara 19 sampai 21 berjumlah 17 orang dengan nilai persentasi 53%, nilai tersebut memiliki tingkat sedang, sedangkan yang terakhir yang memiliki nilai teknik dasar antara 22 sampai 24 berjumlah 6 orang dengan persentasi 19%, nilai memiliki tingkat tinggi
 3. Besarnya pengaruh implementasi total quality manajemen terhadap kepuasan konsumen di PT. Kharisma Siliwangi Bandung menunjukkan nilai $R = 0,551$ dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,304. Hal ini menunjukkan pengertian bahwa kepuasan kerja (Y) dipengaruhi sebesar 30,40% oleh total quality manajemen (X), sedangkan sisanya ($100\% - 30,40\% = 69,60\%$) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Saran

1. Perusahaan harus berupaya untuk meningkatkan upaya dalam meningkatkan kualitas karyawannya supaya para konsumen setia terhadap perusahaan
2. Tingkatkan terus kedisiplinan kerja karyawannya dengan melakukan pengawasan yang ketat agar karyawan lebih disiplin mematuhi peraturan lembaga.

DAFTAR PUSTAKA

- Angelova, B and Zekiri, J. (2011). *Measuring Customer Satisfaction with Service Quality Using American Customer Satisfaction Model (ACSI Model)*. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences. Vol. 1. (3), pp. 232-258.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik, (Edisi Revisi)*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Arumugam, V.C and Mojtahedzadeh, R. (2011). *Measuring Customer Satisfaction with Service Quality Using American Customer satisfaction Model (ACSI Model)*. International Journal of Academic
- Dilber, Mustafa et al. (2005). *Critical factors of total quality management and its effect on performance in health care industry: Turkish experience*. Problems and Perspective in Management Research in Business and Social science, Vol.1 (3), pp. 232-258.
- Elviratwati. (2012). *Pengaruh Penerapan Total Quality Manajemen Terhadap Kepuasan konsumen Hotel Berbindatang(Studi Kasus Hotel Yogyakarta)*. Skripsi. Diakses Februari 2013.
- Goetsch David L. dan Davis, Stanley B. (2002). *Pengantar Manajemen Mutu 2*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta. PT Prenhallindo.
- Karunaratne, W. M. K. K., Jayawardena, L. N. A. C., & Lanka, S. (2010). Assessment of Customer Satisfaction in a Five Star Hotel - A Case Study, 21(3), 258–265.
- Nasution, M.N. (2010). *Manajemen mutu terpadu (Total quality management)*. Jakarta: Ghalia. Indonesia.
- Riduwan. (2013). *Cara Mudah Belajar SPSS 17.0 dan Aplikasi Statistik Penelitian*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sangadji & Sopiah. (2010). *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Jakarta.

-
- Santosa, Irpan. (2010). "Penerapan Total Quality Manajemen terhadap kepuasan kereta api indonesia.". *Skripsi*. Universitas Galuh Ciamis
- Tjiptono, Fandy. (2010). *Strategi Pemasaran Edisi ketujuh*. Yogyakarta : Andi.