

SKRIPSI

**PENGARUH TOTAL QUALITY MANAGEMENT
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI
PT. PERUSAHAAN LISTRIK NEGARA
BANTAENG**

ARIFIN

105720457513



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2018**

**PENGARUH TOTAL QUALITY MANAGEMENT
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI
PT. PERUSAHAAN LISTRIK NEGARA
BANTAENG**

**ARIFIN
10572 04575 13**

**Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Serjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Pengaruh Total Quality Management Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. PLN Bantaeng
Nama : Arifin
Nomor Stambuk : 10572 04575 13
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diperiksa dan diujikan di depan tim penguji skripsi strata satu (S1) pada hari Sabtu, 03 Februari 2018 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, Februari 2018

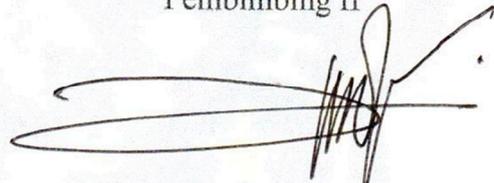
Menyetujui:

Pembimbing I



Abdul Muttalib, S.E., MM
NBM : 158042

Pembimbing II



Irwan Abdullah, S.Sos, M.M
NBM : 1100951

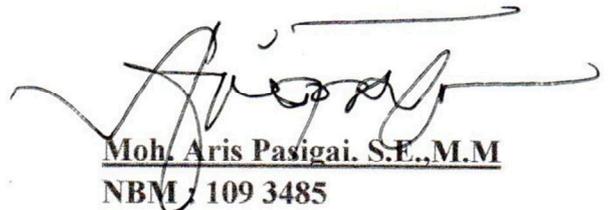
Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Ismail Rasulong, S.E., M.M
NBM : 903078

Ketua Jurusan Manajemen

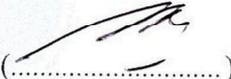
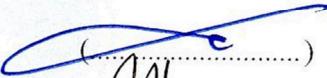


Moh. Aris Pasigai, S.E., M.M
NBM : 109 3485

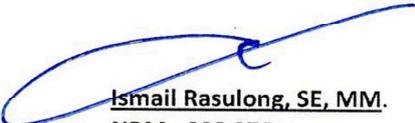
PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini telah di sahkan oleh panitia ujian skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar dengan Surat Keputusan Universitas Muhammadiyah Makassar dengan No. 0001 /2018 Tahun 1439 H/2018 M yang di pertahankan di depan tim penguji pada hari Sabtu, 3 Februari 2018 M/17 Jumadil Awal 1439 H sebagai persyaratan guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 19 Jumadil Awal 1439 H.
05 Februari 2018 M

Panitia Ujian :
Pengawasan Umum : Dr. H. Abd. Rahman Rahim, SE, MM
(Rektor Unismuh Makassar) 
Ketua : Ismail Rasulong, SE, MM.
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis) 
Sekretaris : Drs. H. Sultan Sarda, MM
(WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis) 
Penguji : 1. Dr. Agus Salim HR, SE, MM. 
2. Ismail Rasulong, SE, MM. 
3. Hj. Naidah, SE, M.Si. 
4. Dr. H. Andi Rustam, SE.,MM.Ak.CA. 

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar


Ismail Rasulong, SE, MM.
NBM : 903 078

Motto

“Mimpi itu bukan yang terlihat saat kita tidur melainkan sesuatu yang tak bisa membuat kita tertidur

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah dengan segala kerendahan hati, kupersembahkan skripsiku ini sebagai bentuk tanggung jawab, bakti, dan ungkapan terima kasihku kepada kedua orang tua tercinta, bapak dan ibu, terima kasih atas ketulusan, kasih sayang, nasihat dan doa yang senantiasa mengiringi setiap langkah keberhasilanku.

KATA PENGANTAR

Assalamu ‘Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan Rahmat Allah SWT, Segalapuji dan Syukur Penulis Haturkan Kehadirat Allah SWT telah melimpahkan berkat dan anugrah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan Proposal yang berjudul “Pengaruh *Total Quality Management* Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. PLN Bantaeng”. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar dan guna memperoleh gelar Sarjana. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, Penulis sangat mengharapkan masukan demi kesempurnaan proposal ini.

Dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini, penulis telah banyak menerima masukan, bimbingan, dan dukungan dari setiap pihak baik bantuan dari segi moril maupun dari segi materil kepada penulis. Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih.

1. Bapak Dr H Abd Rahman Rahim SE. MM. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Ismail Rasulong SE. MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Moh. Aris Pasigai, SE. MM selaku Ketua Jurusan Manajemen
4. Bapak Abdul Muttalib SE, MM selaku pembimbing I akademik yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan proposal dan skripsi.

5. Bapak Irwan Abdullah, S.Sos.,MM selaku pembimbing II akademik yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan proposal dan skripsi.
6. Seluruh dosen yang berada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya ketua jurusan manajemen yang memiliki peran yang sangat besar bagi penulis dalam proses perkuliahan.
7. Seluruh staf akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah bekerja dengan baik melayani para mahasiswa.
8. Terkhusus kepada kedua orang tua penulis. Abd Salam (bapak). Nurhayati (ibu) dan syahrul (adik) yang selalu membantu baik berupa do'a, semangat, motivasi, materi, maupun non-materi serta bimbingan lahir dan batin.
9. Rekan- rekan kelas manajemen 11 angkatan 2013, sebagai teman seperjuangan yang telah banyak memberi saran, dukungan, dan motivasi kepada penulis.
10. Teman-teman dekat faisal, akbar, kasmawati mahmud, risnawati mahmud, rahman jusman, ferdianto, amir hamza, herwin salim, serta teman-teman lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis sejak awal hingga selesai skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya semoga Allah SWT menerima dan membalas amal perbuatan baik dari semua pihak yang telah membantu dan berpartisipasi dalam penulisan skripsi ini dan Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Penulismenyadari bahwaskripsi inibelumbegitusempurna,olehkarenaitu penulismengharapkan saran dan kritikdari pihakdalammenyempurnakan dan memperbaikiskripsiiniuntuktujuankedepannya. Semogaskripsiini bermanfaat untuk menambahpengetahuandanwawasanbagikitasemua.

Billahi Fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khaerat

Makassar, Agustus 2017

Penulis

Arifin

ABSTRAK

Arifin 2013, Pengaruh Total Quality Management Terhadap kepuasan pelanggan di PT. PLN. Bantaeng. Dibimbing oleh Abdul Muttalib. Dan Irwan Abdulla.

Dalam penulisan ini penulis menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa:

1. nilai t hitung untuk total quality management (X) pada perhitungan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 6,237 sedangkan nilai t tabel 0,254 yang lebih kecil dibandingkan dengan t hitung pada perhitungan Y. Artinya, terdapat pengaruh signifikan antara variabel total quality management (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) dengan kata lain hal yang berbunyi “ada pengaruh total quality management terhadap kepuasan pelanggan di PT. PLN Rayon Bantaeng” tidak dapat ditolak.
2. Nilai koefisien determinasi untuk perhitungan total quality management terhadap kualitas adalah 0,434. Ini artinya bahwa variasi perubahan variabel bebas total quality management (X) sebesar 43,4%. Jadi besarnya pengaruh total quality management terhadap kualitas pelayanan adalah 43,4% sedangkan sisa sebesar 56,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini, sedangkan nilai koefisien determinasi pada perhitungan total quality management terhadap kepuasan pelanggan adalah 0,401% ini artinya bahwa variasi perubahan variabel kepuasan konsumen (Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel bebas total quality management (X) sebesar 40,1% jadi besarnya pengaruh total quality management terhadap kepuasan konsumen adalah 40,1% sedangkan sisanya sebesar 59,9% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.
3. Persamaan regresinya diperoleh koefisien untuk variabel bebas X pada perhitungan nilai koefisien untuk variabel total quality management pada perhitungan variabel kepuasan pelanggan adalah 0,480 dan konstanta sebesar 9,162 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 9,162 + 0,480 X$. Itu artinya besarnya pengaruh total quality management terhadap kepuasan pelanggan sebesar 48% atau setiap total quality management mengalami kenaikan sebesar 0,480 maka kepuasan pelanggan mengalami kenaikan.

Kata Kunci : Total Quality Management, Kepuasan Pelanggan

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB IPENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pengertian Total Quality Management.....	8
B. Karakteristik Total Quality Management.....	9
C. Konsep Total Quality Management.....	13
D. Prinsip Total Quality Management.....	14
E. Manfaat Penerapan Total Quality Management.....	16
F. Elemen Pendukung Total Quality Management.....	17
G. Kepuasan Pelanggan.....	21
H. Kerangka pikir.....	25
I. Hipotesis	25

BAB III METODE PENELITIAN

A. Tempat dan waktu penelitian.....	26
B. Jenis dan Sumber Data	26
C. Populasi dan Sampel.....	27
D. Metode Pengumpulan Data	27
E. Metode Analisis	28
F. Defenisi Operasional Variabel.....	32

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat PT. PLN Rayon Bantaeng.....	34
B. Visi Dan Misi	35
C. Struktur Organisasi dan Job Description	37

BAB V PEMBAHASAN

A. Uji Validitas Dan Realibitas.....	40
B. Persamaan Regresi Sederhana	43
C. Uji T	45
D. Kefesien Determinasi (R).....	45

BAB VI PENUTUP

A. Simpulan	47
B. Saran	48

DAFTAR PUSTAKA	49
----------------------	----

RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Defenisi Operasional Variabel	32
Tabel 2 Hasil Uji Variabel Total Quality Management	41
Tabel 3 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	42
Tabel 4 Hasil Uji Reabilitas	43
Tabel 5 Analisis Regresi	44
Tabel 6 Uji Kefesien Determinasi	46

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Karangka Pikir	25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Permohonan Pengisian Kuesioner

Lampiran 2 Data Kuesioner Variabel Total Quality Management dan Kepuasan
Pelanggan

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas

Lampiran 4 Hasil Uji Regresi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perubahaan dalam dunia usaha yang semakin cepat mengharuskan perusahaan untuk merespon perubahan yang terjadi, masalah pokok yang dihadapi perusahaan-perusahaan saat ini adalah bagaimana perusahaan tersebut menarik pelanggan dan mempertahankannya agar perusahaan tersebut dapat bertahan dan berkembang. Perubahan teknologi dan informasi yang sangat berkembang cepat, mengharuskan berbagai perusahaan dapat memberikan solusi yang tepat dan cepat sesuai dengan kebutuhan pelanggan, sehingga pelanggan puas dan akan bertahan berlangganan. Untuk menjawab masalah tersebut, pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Dalam pemasaran moderen, pradigma pemasarang telah bergeser, tidak hanya menciptakan transaksi untuk mencapai keberhasilan pemasaran tetapi perusahaan juga juga harus menjalani hubungan dengan pelanggan dalam waktu yang panjang.

Dalam dunia bisnis, pelanggan merupakan salah satu faktor dalam mencapai keberhasilan karena pelanggan sebagai pengguna dari suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu produsen akan berusaha memberikan yang terbaik kepada pelanggan termasuk hal dalam pelanggan. Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, produsen diharapkan mengetahui harapan pelanggan. Disisi lain bagaimana produsen mencapai keberhasilan

yang terkait dengan bagaimana usaha yang dilakukan untuk memasarkan produk dan jasa tersebut. Secara umum paradigma pemasaran adalah pelayanan dan kepuasan dalam arti bahwa untuk mencapai kepuasan pelanggan diperlukan adanya pelayanan yang baik di samping faktor-faktor yang lain yang melekat pada produk atau sifat jasa itu sendiri.

Kebutuhan pelanggan perlu diidentifikasi secara jelas, sebagai bagian dari pengembangan produk. Tujuan pendekatan ini adalah untuk melampaui harapan pelanggan dan bukan sekedar memenuhinya. Oleh karena itu, diperlukan informasi yang akurat apa kebutuhan dan keinginan pelanggan atas dasar barang atau jasa yang di asilkan oleh perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat memahami dengan baik perilaku pelanggan pada sasarnya, serta dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangkai memanfaatkan peluang yang ada, menjalin hubungan dengan setiap pelanggan dan mampu untuk mengungguli pesaingnya.

Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk berupa barang atau jasa berkualitas dengan harga yang murah, penyerahan lebih cepat, dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan dari pada pesaingnya. Untuk memenuhi kepuasan pelanggan pada industri jasa, kualitas pelayanan sangat penting kita kelola perusahaan dengan baik. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan.

Tuntutan masyarakat akan pelayanan prima saat ini memaksa penyediaan layanan untuk menata kembali pelayanan publik yang di sediakan kepada masyarakat. Masyarakat dapat berbagai macam kebutuhannya selalu mencari kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya. Jika masyarakat tidak mendapatkan kepuasan, maka menimbulkan persepsi negatif pada pelayanan dalam lingkungan masyarakat. Hisibuan (2001) berpendapat bahwa, “pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya, dimana pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah dan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerima”, menurut (Alma, 2004), “kualitas pelayanan adalah penyusaian terhadap perincian-perincian dimana kualitas ini dipandang sebagai derajat keunggulan yang ingin dicapai”. Untuk mencapai kualitas pelayanan publik yang baik banyak aspek yang perlu diperhatikan.

Saat ini banyak perusahaan yang baru dan bermunculannya konsumen yang lebih kritis terhadap barang yang bermutu. Dengan meningkatnya kepekaan konsumen terhadap mutu produk serta meningkatnya jumlah produk dan jasa maka daya saing dan daya tahan perusahaan tidak lagi ditentukan oleh rendahnya biaya yang dikorbankan tetapi juga ditentukan nilai tambah produk melalui peningkatan kualitas dengan pelayanan yang terbaik. Maka, manajemen perusahaan dituntut untuk dapat mengelolah sumber daya yang dimilikinya dengan lebih efektif dan efisien serta dapat menghasilkan kepuasan yang menunjang terhadap pencapaian tujuan perusahaan.

Perusahaan memerlukan upaya perbaikan berkesinambungan terhadap kemampuan sumber daya manusia, proses, dan lingkungan untuk menghasilkan kualitas produk yang terbaik. Cara terbaik untuk memperbaiki kemampuan sumber daya manusia, proses, dan lingkungan tersebut secara berkesinambungan adalah dengan menerapkan *Total Quality management* (TQM).

Total Quality Management (TQM) merupakan pendekatan dalam menjalankan usaha yang mencoba untuk memaksimalkan daya saing organisasi melalui perbaikan terus menerus atas produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan (Tjiptono dan Diana, 2001 : 4). Implementasi TQM dalam setiap aktivitas perusahaan merupakan suatu bentuk strategi operasi untuk mencapai keunggulan kompetitif melalui peningkatan kualitas produk ingga kualitas manajemen secara menyeluruh.

Pada umumnya, pelayana publik perlu memprerhatikan kebutuhaam pelanggan dapat terpenuhi jika pelayanan publik dapat memberi pelayanan yang memenuhi enam dari sepuluh indikatot pelayana yang baik berdasarkan teori yang dikemukakan oleh (Gasperz, 2003) yaitu kepastian waktu pelayanan, akurasi pelayanan, kesopanan dan keramahan, tanggung jawab, kelengkapan, dan kemudahan mendapatkan pelayanan. Jika pelayanan telah memenuhi kriteria-kriteria tersebut, maka dapat dikatakan kebutuhan telah terpenuhi sehingga dapat memberikan kepuasan pada masyarakat.

Pemerintah sebagai penyedia pelayanan publik yang dibutuhkan oleh masyarakat harus bertannggun jawab dan terus berupaya untuk memberikan

pelayanan yang terbaik demi peningkatan pelayanan publik. Disisi lain kepuasan masyarakat adalah tolak ukur dari keberhasilan pelayanan publik yang diberikan oleh penyedia pelayanan publik, oleh sebab itu pelayanan publik harus difokuskan pada pemenuhan kebutuhan masyarakat secara maksimal baik dari segi kualitas maupun secara kuantitasnya. Berdasarkan keputusan menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 Tahun 2003 tentang pedoman umum penyelenggaraan pelayanan publik seperti prosedur pelayanan, keadilan mendapatkan pelayanan, kepastian biaya pelayanan, dan kepastian jadwal pelayanan maka pemerintah memiliki konsekuensi untuk meningkatkan pelayanan dalam sektor pelayanan publik.

Penelitian yang dilakukan oleh Hanum berjudul evaluasi penerapan *Total Quality Management* pada kualitas pelayanan PT Mustika Ratu. Variabel Independen (TQM) terdiri dari sepuluh subvariabel yaitu fokus pada pelanggan, obsesi pada kualitas, pendekatan ilmiah, komidmen jangka panjang, kerjasama tim, perbaikan sistem berkesinambungan, pendidikan dan penelitian, kebebasan yang terkendali, kesatuan tujuan serta keterlibatan dan pemberdayaan karyawan, variabel independennya adalah kualitas pelayanan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan TQM berpengaruh secara simultan terhadap kualitas pelayanan, tetapi secara parsial variabel pendekatan ilmiah dan kebebasan yang terkendali tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas pelayanan.

PT. PLN adalah salah satu sektor pelayanan publik yang saat sekarang ini mendapat banyak sorotan dan keluhan dari masyarakat termasuk PT. PLN

Bantaeng. TDL (tarik dasar listrik) yang terus meningkat jadi masalah. TDL terus meningkat salah satunya diakibatkan oleh pengguna energi BBN (Bahan Bakar Minyak) untuk membangkitkan mesin pembangkit listrik PT. PLN, dimana unatuk saat ini harga BBN tidak stabil karna sangat tergantu pada harga minyak dunia. Selain masalah TDL yang terus meningkat masalah lain yang peneliti dapatkan dari observasi sementara, memyangkut kualitas pelayanan PT. PLN bantaeng adalah pemadaman listrik yang dilakukan oleh pihak PT. PLN. Begitu banyak kerugian yang dialami masyarakat dengan pemadaman secara sepihak oleh pihak PT. PLN. Masyarakat yang mengandalkan pekerjaannya dengan listrikpun tidak dapat bekerja.

Disis lain kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor kunci bagi keberhasilan PT. PLN. Tidak ada yang penting selain menciptakan kualitas pelanggan PT. PLN melalui pelayanan salah satu komitmen. Jika pelayanan diberikan kepada pelanggan PT. PLN semakin baik akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sebagai perusahaan yang sekaligus menyediakan produk / jasa PT. PLN harus dapat memberikan pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan sehingga dapat memuaskan pelanggannya secara lebih baik, yang pada gilirannya dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan, sehingga terjadi pembelian ulang.

Berdasarkan penerapan tersebut, maka penulis tertarik mengangkat judul “Pengaruh *Total Quality Management* Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. PLN Bantaeng”

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan tersebut, maka masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah “ Apakah Implementasi *Total Quality Management* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN bantaeng”?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah “Untuk mengetahui pengaruh *Total Quality Management (TQM)* terhadap kepuasan pelanggan di PT. PLN Bantaeng”

D. Manfaat Penelitian

sesuai dengan tujuan yang akan dicapai, maka penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Dapat menambahkan wawasan dan pengetahuan tentang ilmu manajemen, management, pengukuran kinerja terhadap peningkatan kepuasan pelanggan pada suatu instansi atau perusahaan serta dapat menerapkan di dunia pekerjaan.
2. Sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi perkembangan perusahaan dalam mengasikkan rencana strategik yang lebih komprehensif.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Total Quality Management (TQM)

Total Quality Management merupakan suatu pendekatan dalam menjalankan usaha yang mencoba untuk memaksimalkan daya saing organisasi melalui perbaikan terus menerus atas produk, jasa, manusia, proses dan lingkungannya (Diana, 2001: 4).

Total Quality Management juga diartikan sebagai perpaduan semua fungsi manajemen meliputi semua bagian dari suatu perusahaan dan semua orang ke dalam falsafat holistik yang dibangun berdasarkan konsep kualitas, teamwork, produktivitas dan kepuasan pelanggan (Nasution, 2005 : 22).

Menurut *Internasional Organisation for standardization (ISO)*, Total Quality Management adalah pendekatan manajemen pada suatu organisasi,berfokus pada kualitas dan didasarkan atas partisipasi dari keseluruhan sumber daya manusia dan ditunjukkan pada kesuksesan jangka panjang melalui kepuasan pelanggan dan memberikan mamfaat pada anggota organisasi (sumber daya manusia) dan masyarakat. Tujuan utama Total Quality Management adalah perbaikan mutu pelayanan secara terus-menerus. Banyak para ahli yang mengemukakan pendapat mengenai pengertian dan konsep mengenai Total Quality Management. Mowen (2009:17) mengemukakan bahwa Total Quality Management adalah suatu perbaikan berkelanjutan yang mana hal ini adalah sesuatu yang mendasar sifatnya bagi pengembangan proses

manufaktur yang sempurna berdasarkan beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Total Quality Management merupakan sebuah pendekatan yang menekankan peningkatan proses produksi secara terus menerus melalui eliminasi pemborosan, peningkatan kualitas, serta mengurangi biaya produksi. Dengan demikian, tujuan akhir dari konsep Total Quality Management adalah untuk mencapai kepuasan pelanggan dan upaya menggarangi atau kesalahan/ketidakefektifan barang atau jasa yang dihasilkan.

Hastuti (2009 : 13) menegaskan, agar program Total Quality Management berjalan sesuai dengan yang diharapkan, diperlukan persyaratan yaitu komitmen yang tinggi (dukungan penuh) dari manajemen puncak, mengalokasikan waktu secara penuh untuk program Total Quality Management, menyiapkan dana dan mempersiapkan sumberdaya manusia yang berkualitas, memiliki koordinator (fasilitator) program *Total Quality Management*, melakukan benchmarking pada perusahaan lain yang menerapkan *Total Quality Management*, merumuskan nilai, visi-misi, dan mengambil pelajaran dari kegagalan program *Total Quality Management*.

B. Karakteristik *Total Quality Management* (TQM)

Ada sembilan *Total Quality Management* yang dikembangkan Nasution (2005: 22) yaitu seperti fokus pada pelanggan, obsesi terhadap kualitas, pendekatan ilmiah, komitmen jangka panjang, kerja sama tim, perbaikan sistem berkesinambungan pendidikan dan pelatihan kebebasan yang terkendali,

kesatuan tujuan. Dan adanya keterlibatan dan pemberdayaan karyawan. Dari sepuluh macam karakteristik tersebut penyebarannya sebagai berikut:

1. Fokus Pada Pelanggan

Pelanggan merupakan sosok yang harus dilayani. Dimana perhatian difokuskan pada kebutuhan dan harapan pada pelanggan. Untuk setiap organisasi yang menerapkan *Total Quality Management* harus benar-benar mengetahui, mengidentifikasi dan menganalisis kebutuhan dan harapan pelanggannya agar bisa memuaskannya, dimana produk/jasa yang dibuat atau diberikan harus sesuai dengan keinginan para pelanggan.

2. Obsesi Terhadap Kualitas

Dalam organisasi yang menerapkan *Total Quality Management*, obsesi utama suatu perusahaan yaitu meningkatkan kualitas baik itu kualitas produk/jasa, tenaga kerja, proses dan lingkungan kerja dimana kualitas merupakan faktor penting untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan karyawan serta dalam menarik konsumen/pelanggan.

3. Pendekatan Ilmiah

Pendekatan ini sangat diperlukan dalam penerapan *Total Quality Management*, terutama untuk mendesain pekerjaan dalam proses pengambilan keputusan dan pemecahan masalah yang berkaitan dengan pekerjaan yang didesain tersebut. Dengan demikian, data diperlukan dan digunakan dalam menyusun pokok duga (benchmark), memantau prestasi, dan melaksanakan perbaikan.

4. Kerjasama Tim (*teamwork*)

Dalam organisasi yang dikelola secara tradisional seringkali diciptakan persaingan antara departemen yang ada dalam organisasi tersebut agar daya saing terdongkrak. Sementara itu, dalam organisasi yang menerapkan *Total Quality Management*, kerjasama tim, kemitraan, dan hubungan yang dijalin dan dibina, baik antara karyawan perusahaan maupun dengan pemasok lambang-lambang pemerintah, dan masyarakat sekitarnya.

5. Perbaikan Sistem Berkesinambungan

Setiap produk dan atau jasa yang dihasilkan dengan memanfaatkan proses-proses tertentu didalam suatu sistem/lingkungan. Oleh karena itu sistem yang ada perlu di perbaiki secara terus-menerus agar kualitas yang dihasilkannya dapat makin meningkat.

6. Pendidikan dan Pelatihan

Dewasa ini masih terdapat perusahaan yang menutup mata terhadap pentingnya pendidikan dan pelatihan karyawan. Kondisi seperti ini menyebabkan perusahaan yang bersangkutan tidak berkembang dan sulit bersaing dengan perusahaan lainnya, apalagi dalam era persaingan global. Sedangkan dalam organisasi yang menerapkan *Total Quality Management* pendidikan dan pelatihan merupakan faktor yang fundamental. setiap orang diharapkan dan didorong untuk terus belajar. Dengan belajar, setiap orang dalam perusahaan dapat meningkatkan keterampilan teknis dan keahlian profesionalnya.

7. Kebebasan yang Taktekendali

Dalam *Total Quality Management*, keterlibatan dan pemberdayaan karyawan dalam pengambilan keputusan dan pemecahan masalah merupakan unsur yang sangat penting. Hal ini dikarenakan unsur tersebut dapat meningkatkan “rasa memiliki” dan tanggung jawab karyawan terhadap kepuasan yang telah dibuat. Meskipun demikian, kebebasan yang timbul karena kerlibatan pemberdayaan tersebut merupakan hasil dari pengendalian yang terencana dan terlaksana dengan baik.

8. Kesatuan Tujuan

Agar *Total Quality Management* dapat diterapkan dengan baik, maka perusahaan harus memiliki kesatuan tujuan, dengan demikian, setiap usaha diarahkan pada tujuan yang sama. Akan tetapi, kesatuan tujuan ini tidak berarti bahwa harus selalu ada persetujuan/kesepakatan antara pihak manajemen dan karyawan, misalnya mengenai upah dan kondisi kerja.

9. Adanya Keterlibatan dan Pemberdayaan Karyawan

Agar dapat meningkatkan kemungkinan dihasilkannya keputusan yang baik, rencana yang baik, atau perbaikan yang lebih efektif, karena juga mencakup pandangan dan pemikiran dari pihak-pihak yang langsung berhubungan dengan situasi kerja serta meningkatkan „rasa memiliki” tanggung jawab atas keputusan dengan melibatkan orang-orang yang harus melaksanakannya.

C. Konsep *Total Quality Management* (TQM)

Total Quality Management merupakan sistem manajemen yang berfokus pada semua orang/tenaga kerja, bertujuan untuk terus-menerus meningkatkan nilai yang diberikan pada pelanggan dalam biaya penciptaan nilai yang lebih rendah daripada nilai suatu produk. Konsep *Total Quality Management* ini memerlukan komitmen semua anggota organisasi terhadap perbaikan seluruh aspek manajemen organisasi (Nasution, 2005 : 28). Pada dasarnya, konsep *Total Quality Management* mengandung tiga unsur (Bounds et al. Dalam Nasution, 2005 : 28). Yaitu berikut ini:

1. Strategi Nilai Pelanggan

Nilai pelanggan adalah mamfaat yang dapat diperoleh pelanggan atas penggunaan barang/jasa yang dihasilkan perusahaan dan pengorbanan pelanggan untuk memperolehnya. Strategi ini merupakan perencanaan bisnis untuk memberikan nilai bagi pelanggan termasuk krateristik produk, cara penyampainya pelayanan dan sebagainya.

2. Sistem Organisasional

Sistem organisasional berfokus pada penyediaan nilai bagi pelanggan. Sistem ini mencakup tenaga kerja, material, mesin/teknologi, proses, metode operasi dan pelaksanaan kerja, aliran proses kerja, arus informasi, dan pembuatan keputusan.

3. Perbaikan Kualitas Berkelanjutan

Perbaikan kualitas diperlukan untuk menghadapi lingkungan eksternal yang selalu berubah, terutama perusahaan selerah pelanggan. Konsep ini menuntut adanya komitmen melakukan pengujian kualitas produk secara kontinu, sehingga dapat memuaskan pelanggan.

D. Konsep *Total Quality Management* (TQM)

Total Quality Management merupakan suatu konsep yang berupaya melaksanakan sistem manajemen kualitas kelas dunia. Untuk itu, diperlukan perubahan besar dalam budaya dan sistem nilai suatu organisasi. (Nasution 2005 : 30), ada empat prinsip utama dalam *Total Quality Management*. Keempat prinsip tersebut adalah:

1. Kepuasan Pelanggan

Dalam *Total Quality Manajemen*, konsep mengenai kualitas dan pelanggan diperluas. Kualitas tidak hanya bermakna kesesuaian dengan spesifikasi-spesifikasi tertentu, tetapi kualitas diperlukan oleh pelanggan. Pelanggan itu sendiri meliputi pelanggan internal dan pelanggan eksternal. Kebutuhan pelanggan diusahakan untuk dipuaskan dalam segala aspek, termasuk didalamnya harga, keamanan, dan ketetapan waktu. Oleh karena itu, segala aktivitas perusahaan harus dikordinasikan untuk memuaskan para pelanggan.

Kualitas yang dihasilkan suatu perusahaan sama dengan nilai yang diberikan dalam rangka meningkatkan kualitas hidup para pelanggan.

Semaking tinggi nilai yang diberikan, maka semaking besar juga kepuasan pelanggan.

2. Respek Terhadap Setiap Orang

Dalam perusahaan yang kualitasnya tergolong kelas dunia, setiap karyawan dipandang sebagai individu yang memiliki talenta yang kreatifitas yang khas. Dengan demikian, karyawan merupakan sumber daya organisasi yang paling bernilai. Oleh karena itu, setiap orang dalam organisasi sangat diperlakukan dengan baik dan diberikan kesempatan untuk terlibat dan berpartisipasi dalam tim pengambil keputusan.

3. Manajemen Berdasarkan Fakta

Perusahaan kelas dunia berorientasi pada fakta. Maksudnya, bahwa setiap kepuasan selalu didasarkan pada data, bukan sekedar perasaan. Ada dua konsep pokok yang berkaitan dengan hal ini. Pertama, prioritas (*prioritization*), yakni suatu konsep bahwa perbaikan tidak dapat diperlakukan pada semua aspek pada saat yang bersamaan, mengingat keterbatasan sumber daya yang ada. Oleh karena itu, dengan menggunakan data, maka manajemen dan tim dalam organisasi dapat memfokuskan usahanya pada situasi tertentu yang vital. Konsep kedua, yaitu variasi atau variabilitas kinerja manusia. Data statistik dapat memberikan gambaran mengenai variabilitas yang merupakan bagian yang wajar dari setiap sistem organisasi. Dengan demikian, manajemen dapat memprediksikan hasil dari setiap keputusan dan tindakan yang dilakukan.

4. Perbaikan Berkesinambungan

Agar dapat sukses, setiap perusahaan perlu melakukan proses sistematis dalam melaksanakan perbaikan secara berkesinambungan. Konsep yang berlaku di sini adalah siklus PDCAA (plan-do-check-act-analyze) yang terdiri dari langkah-langkah perencanaan, dan melakukan tindakan korektif terhadap hasil yang diperoleh.

E. Manfaat Penerapan *Total Quality Management* (TQM)

Telah banyak hasil analisis yang menunjukkan bahwa manajemen kualitas berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara dimensi kualitas dengan kinerja organisasi yang tergantung pada tipologi organisasinya. Analisis lain adalah menguji pengaruh praktik manajemen kualitas terhadap kinerja dan keunggulan kompetitif perusahaan, yaitu menganalisis infrastruktur yang menciptakan lingkungan pendukung pelaksanaan manajemen kualitas. Hasil analisis menunjukkan bahwa infrastruktur berpengaruh pada kinerja perusahaan dan berpengaruh pada keunggulan kompetitif perusahaan (Nasution, 2005 : 42).

Nasution (2005 : 42) telah meneliti hubungan antara penerapan *Total Quality Management* dengan kinerja dan keunggulan kompetitif beberapa perusahaan manufaktur di Indonesia. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas merupakan syarat penting keberhasilan perusahaan, *Total Quality Management* merupakan pendekatan untuk mempertahankan hidup serta

meningkatkan daya saing perusahaan, dan penerapan *Total Quality Management* memerlukan dukungan infrastruktur perusahaan.

Keuntungan yang didapatkan perusahaan karna menyediakan barang dan jasa dengan kualitas terbaik yaitu berasal dari pendapatan penjualan yang lebih tinggi dan biaya yang lebih rendah. Gabungan keduanya menghasilkan profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan.

F. Elemen Pendukung *Total Quality Management* (TQM)

Menurut Natha (2008:6), agar sukses dalam menetapkan *Total Quality Management*, suatu organisasi harus berkonsentrasi pada delapan elemen kunci, yaitu: (1) Etika (2) Integritas (3) Kepercayaan (4) Pendidikan dan pelatihan (5) Kerjasama tim (6) kepemimpinan (7) Komunikasi, dan (8) penghargaan, yang akan di jelaskan sebagai berikut:

1. Etika

Etika adalah disiplin yang terkait dengan kebaikan dan keburukan dalam berbagai situasi. Ini seperti dua sisi mata uang yang di lambangkan oleh etika organisasi dan etika individu. Etika organisasi membentuk sebuah kode etik bisnis yang menguraikan petunjuk bagi semua anggotanya dan harus melekat dalam pekerjaan sehari-hari mereka. Sedangkan etika individu mencakup kebenaran dan kesalahan perseorangan.

2. Integritas

Integritas mencakup kejujuran, moral, nilai-nilai, keadilan dan kesetiaan terhadap kebenaran dan keikhlasan. Karakteristiknya adalah bahwa apa

yang diharapkan oleh pelanggan (Internal/eksternal) dan apa yang memang layak mereka terima.

3. Kepercayaan

Kepercayaan adalah produk dari integritas dan perilaku yang beretika. Tanpa kepercayaan, kerangka kerja dari *Total Quality Management* tidak dapat di bangun. Kepercayaan membantu perkembangan partisipasi penuh dari semua anggota organisasi. Ia memperkenalkan aktifitas pemberian wewenang yang mendorong kebanggaan turut memiliki perusahaan dan juga komitmen. Ia memberi peluang dilakukanya pengambilan keputusan pada semua level dalam organisasi, mengembangkan penanganan resiko oleh tiap-tiap individu untuk perbaikan berkelanjutan dan membantu dalam menjamin bahwa ukuran-ukuran yang digunakan terpusat pada perbaikan proses dan tidak digunakan untuk melawan pendapat orang lain. Kepercayaan adalah sifat dasar untuk menjamin kepuasan pelanggan . Jadi, kepercayaan membangun lingkungan yang kooperatif (saling bekerjasama) sebagai dasar untuk *Total Quality Management*.

4. Pendidikan dan Pelatihan

Mutu di dasarkan pada keterampilan setiap karyawan yang pengertiannya tentang apa yang di butuhkan oleh pelanggan ini mencakup mendidik dan melatih semua karyawan, memberikan informasi yang mereka butuhkan untuk menjamin perbaikan mutu dan memecahkan persoalan. Pelatihan inti ini memastikan bahwa suatu bahasa dan suatu sel alat yang sama akan di perbaiki di seluruh perusahaan. Pelatihan tambahan pada

benchmarking, statistik, dan tekniknya juga digunakan dalam rangka mencapai kepuasan pelanggan.

5. Kerjasama tim

Kerjasama tim juga merupakan sebuah elemen kunci dari *Total Quality Management*, yang menjadi alat bagi organisasi dalam mencapai kesuksesan. Dengan menggunakan tim dalam bekerja, organisasi akan dapat memperoleh penyelesaian yang cepat dan tepat terhadap semua masalah. Suatu tim biasanya juga memberikan perbaikan-perbaikan permanen dalam proses dan operasi-operasi. Dalam sebuah tim, orang-orang akan merasa lebih nyaman untuk mengajukan masalah-masalah yang terjadi dan dapat dengan segera memperoleh bantuan dari pekerja-pekerja lainnya berupa solusi-solusi yang akan digunakan untuk menanggulangi masalah-masalah yang di hadapi.

6. Kepeminpinan

Manager senior harus mengarahkan upaya pencapaian tujuan dengan memberikan, menggunakan alat dan bahan yang komunikatif, menggunakan data dan mengaliu siapa-siapa yang berhasil menerapkan konsep manajemen mutu terpadu. Ketika memutuskan untuk menggunakan *Total Quality Management* sebagai kunci proses manajemen, perananan menejer senior sebagai penasihat, guru, dan dan pimpinan tidak bisa di remehkan.

7. Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah pemahaman bersama terhadap suatu atau sekelompok ide-ide antara pengirim informasi. *Total Quality*

Management yang sukses menuntut komunikasi dengan dan /atau diantara, semua anggota organisasi, pemasok dan juga pelanggan. Para supervisor harus memelihara keterbukaan dari arus komunikasi dimana seluruh karyawan dapat mengirim dan menerima semua informasi tentang proses-proses *Total Quality Management*. Adalah suatu hal yang vital bahwa komunikasi harus di rangkai dengan penyampaian informasi yang benar bukan dengan informasi yang keliru. Supaya komunikasi bisa menjadi sesuatu yang dapat di percaya maka pesan yang sampaikan harus jelas dan penerimaan informasi harus memiliki penafsiran yang sama dengan apa yang di maksud pengirimnya.

8. Penghargaan

Penghargaan adalah elemen terakhir dari keseluruhan sistem *Total Quality Management*. Sebaiknya diberikan untuk saran-saran dan pencapaian-pencapaian yang memuaskan baik di hasilkan oleh suatu tim ataupun individu. Para karyawan akandidorong untuk berusaha keras memperoleh penghargaan untuk dirinya dan untuk timnya. Menemukan dan mengenal para kontributor dari saran-saran dan pencapaian- pencapaian yang baik tersebut merupakan tugas dari seorang sepervisor. Begitu para kontributor ini dihargai, mereka akan dapat mengalami perubahan yang sangat besar dalam hal penghargaan diri, produktifitas, mutu dan jumlah karya yang pada akhirnya mendorong seseorang untuk berusaha lebih giat dalam tugas sehari-harinya. Penghargaan datang bentuk terbaiknya jika

saran-saran tersebut diikuti oleh sebuah tindakan langsung untuk mencapai hasil yang baik oleh kontributor tersebut.

G. Kepuasan Pelanggan

Dalam suatu proses konsumsi, Pelanggan tidak akan berhenti hanya sampai pada proses konsumsi. Pelanggan akan melakukan proses evaluasi terhadap konsumsi yang telah dilakukannya. Inilah yang disebut sebagai evaluasi alternatif pasca konsumsi. Hasil dari suatu proses evaluasi pasca konsumsi adalah pelanggan merasa puas (*satisfaction*) atau tidak puas (*dissatisfaction*) terhadap konsumsi produk atau jasa yang sudah dilakukannya. Kepuasan akan mendorong konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi ulang produk tersebut. Sebaliknya perasaan tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan pembelian kembali atau mengkonsumsi produk tersebut (ujung 2004: 321).

Kepuasan didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dalam hubungan dan harapannya (Kotler 2001 : 21) Menurut Zikmund, McLeod dan Gilbert (2003 :72) kepuasan didefinisikan sebagai evaluasi setelah pembelian hasil dari perbandingan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja sesungguhnya. Sedangkan menurut Kotler (2001 : 21), kepuasan merupakan fungsi dari kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectation*), jika kinerja produk atau jasa lebih rendah dari harapan, konsumen merasa tidak akan puas. Jika kinerja sesuai harapan maka konsumen akan merasa puas, jika

kinerja merasa melebihi harapan, maka konsumen merasa sangat puas (*delighted*).

Masih menurut Kotler (Tjiptono, 2008 : 148) dalam menurut kepuasan pelanggan terdapat empat metode, yaitu:

1. Sistem Keluhan dan Saran

Artinya setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon.

2. Survei Kepuasan Pelanggan

Artinya kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Dengan melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

3. Ghost Shopping

Artinya metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*Ghost Shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensi produk perusahaan dan pesaing. Kemudian *ghost shopper* menyampaikan temuan-temuan mengenai kekuatan dan

kelemahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman merek dalam pembelian produk-produk tersebut

4. *Lost Customer Analysis*

Artinya perusahaan menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok dan diharapkan diperoleh informasi penyebab terjadinya hal tersebut.

Salah satu praktikal dalam mengukur sikap pelanggan ialah dengan menggunakan kuesioner. Perusahaan harus mendesain kuesioner kepuasan pelanggan yang secara akurat dapat memperkirakan persepsi pelanggan tentang mutu barang atau jasa. Penggunaan kuesioner pelanggan harus benar-benar dapat mengukur dengan tepat persepsi dan sikap pelanggan.

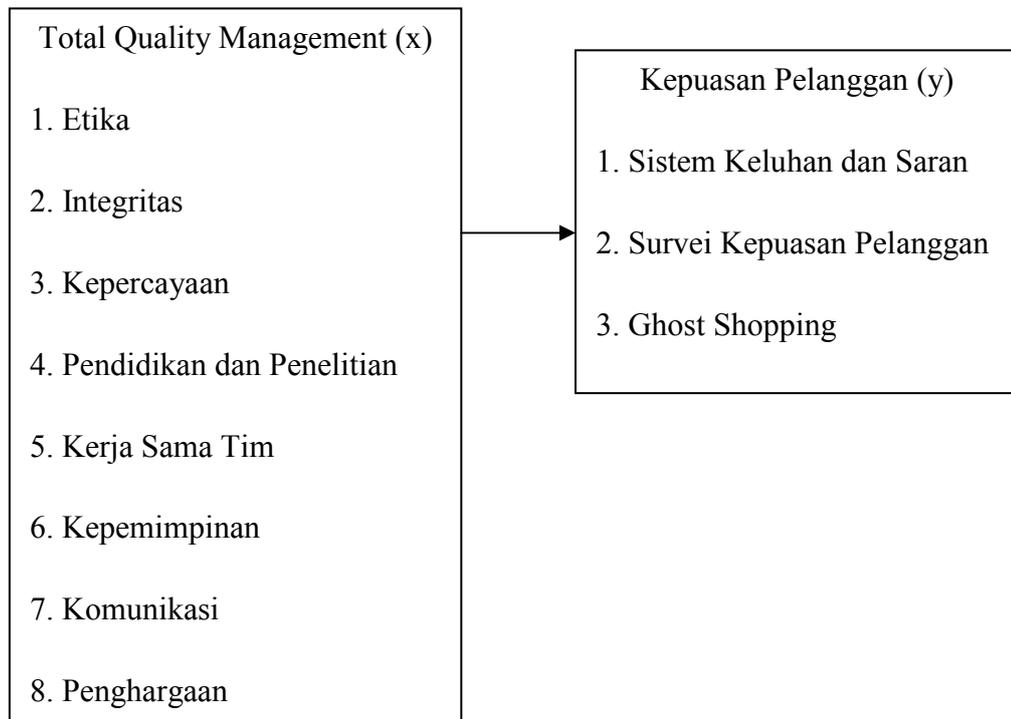
Dalam kaitannya dalam beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, Tjiptono (1996 : 159) mengatakan bahwa ketidakpuasan pelanggan disebabkan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang relatif dapat dikendalikan perusahaan, misalnya karyawan yang kasar, jam karet, kesalahan dalam pencatatan transaksi. Sebaiknya, faktor eksternal yang diluar kendali perusahaan, seperti cuaca, gangguan pada infrastruktur umum, aktivitas kriminal, dan masalah pribadi pelanggan. Lebih lanjut dikatakan bahwa dalam hal terjadi ketidakpuasan pelanggan, adanya beberapa kemungkinan yang bisa dilakukan pelanggan yaitu : tidak melakukan apa-apa, pelanggan yang tidak puas tidak melakukan komplain, tetapi mereka praktis tidak akan membeli atau tidak akan menggunakan jasa perusahaan yang

bersangkutan lagi. ada beberapa faktor yang mempengaruhi apakah seorang pelanggan yang tidak puas akan melakukan komplain atau tidak, yaitu:

- a. Derajat kepentingan konsumsi yang dilakukan
- b. Tingkat ketidak puasan pelanggan
- c. Mamfaat yang diperoleh
- d. Sikap pelanggan terhadap keluhan
- f. Tingkat kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi
- g. Peluang keberhasilan dalam melakukan komplik.

Kepuasan adalah salah satu diantara beberapa penyebab terbentuknya loyalitas (Dharmayanti, 2006). Anderson, Fornell dan Lehman (1994) maupun kadampully & Suhartanto (2000), menyatakan bahwaapabilah pelanggan puas terhadap barang atau pelayanan yang diterima, maka akan menimbulkan kesetiaan /loyalitas konsumen. Demikian juga dengan pendapat (1995) bahwa kepuasan yang dirasakan pelanggan dapat meningkatkan intensitas pembelian, dan dengan tingkat kepuasan yang optimal ini akan mendorong terciptanya loyalitas.

H. Kerangka Pikir



I. Hipotesis

Berdasarkan masalah pokok dan kerangka pikir yang telah dikemukakan, dirumuskan hipotesis bahwa: “ Dengan *Total Quality Management* (TQM) dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan”.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian pada kantor PT. PLN Bantaeng, yang berlokasi di jalan Kartini. Sedangkan waktu penelitian dari bulan April sampai Mei 2017

B. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data kualitatif, yaitu semua kumpulang data non-angka yang sifatnya deskriptif, antara lain : gambarang umum perusahaan, misi, visi, dan strategi perusahaan.
- b. Data kuantitatif, yaitu data yang berupa angka-angka, antara lain: laporan laba/rugi, neraca, data jumlah karyawan.

2. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung pada instansi yang bersangkutan dari hasil wawancara.
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari dokumentasi objek penelitian, berupa laporan tertulis yang dibuat secara periodik dan berkala.

C. Populasi dan sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan sampel yang digunakan adalah teknik simple random sampling. Hal ini dikarenakan tidak semua individu dalam populasi diberi peluang yang sama untuk diikutsertakan menjadi anggota sampel.

Sedangkan teknik pengambilang sampel menggunakan convinience sampling yaitu penelitian memiliki kebebasan untuk memiliki siapa saja yang mereka temui, dimana responden yang dijadikan objek penelitian adalah pelanggan yang mudah kita temui. Sehingga responden yang dapat kita diteliti sebanyak 60 pelanggan.

D. Metode Pengumpulan Data

Ada beberapa metode yang digunakan dalam pengumpulan data :

1. Penelitian lapangan (*field Research*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengamati objek yang diteliti dengan secara sebagai berikut:
 - a. Pengamatan (*Observasi*), teknik pengumpulan data langsung dilapangan dimana penulis mengadakan penelitian perusahaan untuk memperoleh data yang berhubungan dengan penelitian.

- b. Wawancara (*interview*) pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan tanya jawab langsung dengan pihak yang berkopotensi sehingga dapat diperoleh data yang memadai.
 - c. Dokumentasi, dilakukan dengan cara mengumpulkan data melalui dokumen-dokumen yang menyangkut data perusahaan.
 - d. Daftar pertanyaan (*Kuesioner*), dilakukan dengan cara menyebar kuesioner kepada responden (pelanggan dan karyawan).
2. Penelitian kepustakaan (*Library Research*)

Yaitu dengan mempelajari *literature* dan tulisan-tulisan yang berhubungan dengan objek penelitian yang dipilih, dimaksudkan untuk memperoleh landasan teori yang akan digunakan dalam membahas masalah yang diteliti.

E. Metode Analisis

Dalam penelitian ini ada beberapa analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh *Total Quality Management* (TQM) terhadap kinerja pelayanan dalam kepuasan konsumen. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidak suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner

maupun untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstrukstur. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawabannya seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Untuk pengujian normalitas data, dalam penelitian ini hanya akan dideteksi melalui analisis grafik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dengan SPSS.

3. Analisis Regresi Sederhana.

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengelolah data dan kemudian mengkajinya dalam bentuk metemetis guna menguji hipotesis tentang sejauh mana pengaruh *Total Quality Management* terdapat kepuasan pelanggan, dengna menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y = a+bx$$

Keterangan

$$Y = \text{kepuasan pelanggan}$$

X = Total Quality Management

a = Nilai parameter

b = Nilai konstanta

4. Uji t

Uji t digunakan untuk mengukur riset eksperimen dengan sampel kecil. Salah satu dari riset eksperimen ialah terdapat manipulasi terhadap variabel bebas dengan cara memberikan perlakuan tertentu yang kemudian efek dari perlakuan tersebut diukur. Salah satu persyaratan utama dalam menggunakan uji t telah adanya persamaan variabel antara kelompok yang dibandingkan. Asumsi ini disebut sebagai sphericity assumption. Syarat-syarat lain ialah data yang berskala interval dan berdistribusi normal.

Uji t mempunyai beberapa tipe, diantaranya uji t satu sampel, uji t sampel berpasangan, dan uji t sampel bebas. Pada bagian ini hanya uji t sampel berpasangan uji t dan sampel bebas dalam uji sampel berpasangan/independen, pada pemilihan kasus-kasus untuk satu sampel akan mempengaruhi atau menentukan pemilihan kasus-kasus untuk sampel yang lain. Sementara dalam uji t sampel bebas/ independen, pemilihan kasus-kasus untuk satu sampel tidak mempengaruhi atau menentukan pemilihan kasus-kasus untuk sampel lain karena dalam uji t sampel bebas dan sampel yang dibandingkan berasal dari kelompok yang berbeda.

Uji t digunakan untuk menguji parameter regresi secara persial. Apalagi nilai t hitung $>$ t tabel, artinya secara persial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Proses perhitungan seluruhnya menggunakan bantuan komputer program SPSS.

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien deteminasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel indevenden yang memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel indevenden. Secara umum koefisien determinan untuk data silang (*crossection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatang, sedangkan untuk data tuntutan waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi. Untuk menjelaskan aplikasi dengan menggunakan program SPSS. Keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis digunakan kaidah hipotesis penelitian dengan taraf signifikan 5%.

F. Definisi Operasional Variabel

Tabel 1

No	Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	keterangan
1	<i>Total Quality Management</i> (TQM)	<i>Total Quality Management</i> merupakan suatu pendekatan dalam menjalankan usaha yang mencoba untuk memaksimumkan daya saing organisasi melalui perbaikan terus menerus atas produk, jasa, manusia, dan lingkungannya (Diana, 2001 : 4)	1. Etika 2. Integritas 3. Kepercayaan 4. Pendidikan dan pelatihan 5. Kerja sama tim 6. Kepemimpinan 7. Komunikasi 8. penghargaan	Independen
2	Kepuasan Pelannggan	Philip Kolter (2001 : 21), kepuasan	1. keluhan dan saran 2. Survei	Dependen

		merupakan fungsi dari kinerja yang dirasakan (<i>perceived performance</i>) dan harapan (<i>expectations</i>)	kepuasan pelanggan 3. <i>Ghost shopping</i>	
--	--	---	--	--

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat PT. PLN Bantaeng

PT. PLN Bantaeng adalah salah satu ranting dari PT. PLN Bulukumba yang didirikan pada tahun 1977 ketika pemerintah memberikan kekeluasaan penuh pada perusahaan listrik Negara (PLN) maka lokasi perusahaan listrik negara (PLN), seiringan berjalan waktu perkembangan kota yang semakin pesat pada dan akibatnya banyak penduduk yang pindah kekota yang menyebabkan kepala cabang perusahaan Listrik Negara (PLN) Bantaeng akhirnya di dapatkan satu tempat yang strategis yaitu Jln Kartini. Setelah mengadakan kompirmasi dengan para staf pegawai Perusahaan Listrik Negara (PLN).

Oleh karena itu Perusahaan Listrik Negara (PLN) dalam beberapa tahun tarakhir ini setelah berubah statusnya dari perum (Perusahaan Umum) menjadi perseroan dan sejalan dengan perubahannya pula status Perusahaan Listrik Negara (PLN) Rayon Bantaeng menjadi ranting dari cabang bulukumba. Perusahaan Listrik Negara (PLN) telah 10 kali terjadi pergantian menejer yaitu :

1. Pak Iskandar Alam
2. Pak Rekno
3. Pak Kadir Intan
4. Pak Ranja Ibo
5. Ismail Jumat
- 6 H. Amir Galilin
7. H. Amsir

8. Asis Ary

9. Pak Suhaif

10. Mahendra Rushermansya

Demikian sejarah berdirinya Perusahaan Listrik Negara Rayon Bantaeng.

B. Visi dan Misi

1. Visi

Diakui sebagai perusahaan kelas dunia yang bertumbuh kembang unggul dan terpercaya dengan bertumpu pada potensi insani.

2. Misi

- Menjalankan bisnis kelistrikan dan bidang lain yang terkait berorientasi pada kepuasan pelanggan anggota perusahaan dan pemegang saham.
- Menjadikan tenaga listrik sebagai media untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat.
- Mengupayakan agar tenaga listrik menjadi pendorong kegiatan ekonomi.
- Menjalankan kegiatan usaha yang berwawasan lingkungan.

C. Struktur Organisasi dan Job Description

1. Struktur Organisasi

Sebagai suatu organisasi perusahaan PT. PLN memiliki struktur organisasi yang jelas yang menggariskan wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing bagian yang tercakup dalam organisasi tersebut.

Struktur PT. PLN Bantaeng merupakan struktur yang jelas dan kongrit dimana semua lingkup kerja tergambar.

2. Job Description

Pengelolaan pelaksanaan kerja pada PT. PLN Bantaeng berlangsung secara rapi dan terformat yang mana kepala kantor bertanggung jawab penuh terhadap pelaksanaan kerja, dalam pelaksanaan kerja manajer area membawahi tiga kepala bagian, kepala bagian membawahi beberapa kepala seksi yang berperang aktif dalam penyesuaian pekerjaan petugas itu dapat di rinci sebagai berikut.

a. Manajer Area

Mengendalikan kegiatan pelayanan pelanggan, pengoperasian serta pemeliharaan distribusi dan pembangkitan, serta administrasi dan keuangan untuk menunjang pencapaian sasaran kinerja perusahaan.

1. Asisten Manajer Jaringan

Melaksanakan koordinasi dan pengendalian fungsi distribusi, koordinasi dan pembangkitan (lides) untuk pencapaian target kinerja antara lain susut, saidi, saifitara, kaloril, oaf, terbit administrasi, waktu, biaya dan kinerja Sumber Daya Manusia (SDM) jaringan.

a. Supervisor Operasi Jaringan

Melakukan koordinasi dan pengendalian pendistribusian energy listrik secara terus menerus dan pencapaian target kinerja SAIDI serta energi tak tersalur.

b. Supervisor Pemeliharaan Distribusi

Mengkoordinasi dan mengawasi pelaksanaan pemeliharaan jaringan distribusi serta perbaikan gangguan jaringan agar keandalan sistem pendistribusian tenaga listrik tetap terjaga.

2. Asisten Manejer Transaksi Energi

Listrik mengkoordinasikan perencanaan, pengoperasian dan pemeliharaan analisis pelayanan pelanggan sesuai standar yang berlaku, mengendalikan kegiatan pelayanan pelanggan, pengoperasian pemeliharaan distribusi dan pembangkitan serta adminitrasi dan keuangan untuk menunjang pencapaian sasaran kinerja perusahaan.

a. Pengendalian Susut

Melaksanakan koordinasi dan pengendalian fungsi pembaca meteran, pembuatan rekening listrik, penjualan tenaga listrik dan losis non teknis. Mengkoordinasikan perencanaan, pengoperasian dan pemeliharaan analisis pelayanan pelanggan, menjaga ketersediaan dalam analisa pelayanan pelanggan sesuai standar yang ada.

b. Pemeliharaan Meter Transaksi

Mengawasi dan mengarahkan langkah kegiatan pemeliharaan meter transaksi serta perbaikan agar keandalan sistem pengukuran tetap terjaga.

c. Pelayanan Dan AdminitrasiKeuangan

Melaksanakan dan mengendalikan aktifitas pelaksanaan fungsi keuangan/Akuntansi, adminitrasi, pengendalian piutang, Sumber Daya Manusia (SDM), sekretariat dan rumah tangga kantor, serta mengatur kordinasi dan pengendalian fungsi pelayanan pelanggan yang terkait dengan tugas pokok dan fungsi unit kerjanya.

d. Pelayanan Pelanggan

Melaksanakan pengawasan dan pengelolaan fungsi administrasi pelanggan dan pembukuan pelanggan. Untuk meningkatkan kinerja pemasaran dan penjualan.

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas dan Reabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas dapat dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor atau butir pertanyaan dengan skor konstruk atau variabel. Hal ini dapat dilakukan dengan uji signifikansi yang membandingkan R hitung dengan r tabel untuk dk (derajat kebebasan) = $n-1$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel apabila r hitung untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corrected Item Total Correlation* lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid.

Pengujian ini dilakukan apakah kuesioner yang ada dapat mengungkapkan data-data yang ada pada variabel-variabel penelitian secara tepat. Hasil dari pengujian validitas kuesioner dapat diketahui sejauh mana data yang terkumpul sesuai dengan variabel-variabel penelitian.

Untuk tingkat validitas, dilakukan uji signifikansi dapat dilihat nilai r hitung dibandingkan dengan tabel *Correlation Product Moment* untuk dk (derajat kebebasan) = $n-1 = 60-1 = 59$ untuk alfa (α) 5% adalah 0,254. Jika r hitung > r tabel maka butir pertanyaan tersebut valid dan sebaliknya apabila (r hitung < tabel) maka pertanyaan tersebut tidak valid. Hasil analisis dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 2
Hasil Uji Variabel Total Quality Management

Variabel	Item	Corrected item total correlation (r hitung)	r tabe	Keterangan
Total Quality Management (X)	Q1	0,447	0,254	Valid
	Q2	0,572	0,254	Valid
	Q3	0,526	0,254	Valid
	Q4	0,489	0,254	Valid
	Q5	0,479	0,254	Valid
	Q6	0,536	0,254	Valid
	Q7	0,426	0,254	Valid
	Q8	0,352	0,254	Valid
	Q9	0,610	0,254	Valid
	Q10	0,411	0,254	Valid
	Q11	0,614	0,254	Valid
	Q12	0,686	0,254	Valid

Sumber data: output SPSS yang diolah 2017

Dari tabel 2 tersebut terlihat bahwa nilai r hitung pada kolom corrected item total correlation untuk masing-masing item memiliki r hitung lebih besar dari positif dibanding r tabel untuk $(dk) = n-1 = 60-1 = 59$ untuk alfa (α) 5 % adalah 0,254, maka dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator variabel X adalah valid.

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel	Item	Corrected item total correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	Q13	0,547	0,254	Valid
	Q14	0,526	0,254	Valid
	Q15	0,573	0,254	Valid
	Q16	0,730	0,254	Valid
	Q17	0,490	0,254	Valid
	Q18	0,625	0,254	Valid
	Q19	0,555	0,254	Valid
	Q20	0,700	0,254	Valid

Sumber data: output SPSS yang diolah 2017

Dari tabel 3 tersebut terlihat bahwa nilai r hitung pada kolom corrected item- total correlation untuk masing- masing item memiliki r hitung lebih besar dan positif dibandingkan r tabel untuk $(dk) = n-1 = 60-1 = 59$ untuk alfa (α) 5% adalah 0,254, maka dapat disimpulkan bahwa indikator indikator variabel Y adalah valid.

2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel, untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan uji statistik adalah Croanbach Alpha (α). Untuk menguji reliabilitas instrumen, maka menggunakan analisis SPSS. Adapun pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4
Hasil uji reabilitas

Variabel	Reability Coefficients	Alpha	Keterangan
X	12 item	0,843	Reliabel
Y	8 item	0,853	Reliabel

Sumber data: output SPSS yang diolah, 2017

Dari tabel 4 tersebut dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai croanbach alpha lebih dari 0,254 ($\alpha > 0,254$), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel X,Y adalah reliabel

B. Persaman Regresi Sederhana

Untuk menganalisis data dalam penelitian skripsi ini digunakan analisis regresi, untuk mengetahui adakah pengaruh yang signifikan pada total quality management (X) terhadap kepuasan konsumen (Y). Adapun rumus yang digunakan untuk mengitung persamaan garis regresi yaitu:

$$Y = a_1 + bx_1$$

Hasil analisis data dengan menggunakan data komputer program SPSS. Diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut:

Tabel 5
Hasil Analisis Regresi
coefficients

Modal	unstandardized	Coefficien	Standardized	t	sig
	B	ts	coefficients		
		Std error	Beta		
1 (constant)	9.612	3.932		2.330	.023
X	.480	.077	.634	6.237	.000

Sumber data: output SPSS yang diolah 2017

Berdasarkan hasil analisis regresi pada tabel 5 tersebut diperoleh untuk variabel bebas X pada perhitungan $Y = 0,480$ dan konstanta sebesar 9,162 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 9,162 + 0,480 (X)$$

Dimana:

Y = Variabel Kepuasan Pelanggan

X = Variabel Total Quality Management

1. Nilai konstan (Y) sebesar 9,162 artinya jika total quality management (X) nilainya adalah 0 (nol), maka variabel kepuasan pelanggan (Y) akan berada pada angka 9,162
2. Koefisien regresi total quality management (X) dari perhitungan linear sederhana nilai coefficients (b) = 0,480. Hal ini berarti setiap peningkatan total quality management (X) maka kepuasan pelanggan (Y) juga akan meningkat dengan anggapan konstan sebesar 9,162.

C. Uji t

Untuk menguji pengaruh total quality management terhadap kinerja pelayanan islami dalam kepuasan konsumen digunakan uji statistik t (uji t). Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sebaliknya apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Diketahui bahwa tabel dalam penelitian ini untuk derajat kebebasan $dk = n - 1 = 60 - 1 = 59$ untuk alfa 5% adalah 0,254. Sedangkan perhitungan t_{hitung} sebagai mana terlihat dalam tabel 5 tersebut, diketahui bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel X pada perhitungan Y adalah sebesar 6,237. Jika dibandingkan dengan t_{tabel} , nilai t_{hitung} nya lebih besar ($6,237 > 0,254$) yang artinya bahwa variabel total quality management secara signifikan berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan. H_a ini membuktikan bahwa “Ada pengaruh positif dan signifikan antara total quality management terhadap kepuasan pelanggan” adalah tidak dapat ditolak.

D. Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar nilai prosentase kontribusi variabel bebas terhadap variabel yang terkait. Dari hasil perhitungan melalui alat ukur statistic SPSS 18.0 for windows didapatkan nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 6
Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimete
1	.634a	.401	.391	2.567

a. Pradictors: (Constant), X

b. Dependent Variabel : Y

sumber data: output SPSS yang diolah 2017

Dari tabel 6 tersebut diketahui bahwa nilai koefisien adalah 0,401 ini artinya bahwa variasi verubahan variabel kepuasan pelanggan (Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel bebas total quality managemen (X) sebesar 40,1%. Jadi besarnya pengaruh total quality management terhadap kepuasan pelanggan adalah 40,1% sedangkan sisanya sebesar 59,9% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan hasil uji pengolahan data dengan menggunakan SPSS, yaitu

1. Dari hasil yang di uji, bahwa hasil analisis peningkatan total quality management menunjukkan adanya pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. PLN rayon Bantaeng. Terbukti dari uji persial variabel independen terhadap variabel total quality management pada perhitungan variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 6,237 sedangkan nilai t tabel adalah 0,254 yang lebih kecil dibandingkan dengan t hitung pada penghitungan Y. Artinya, terdapat pengaruh signifikan antara variabel total quality management (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Atau dengan kata lain H_0 yang berbunyi “Ada pengaruh total quality management terhadap kepuasan pelanggan di PT. PLN rayon Bantaeng” tidak dapat ditolak.
2. Dari hasil analisis pada tabel 6 terlihat bahwa nilai koefisien determinasi untuk perhitungan pada total quality management terhadap kualitas adalah 0,434 ini artinya bahwa variasi perubahan variabel kepuasan konsumen (Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel bebas total quality management (X) sebesar 40,1%. Jadi besarnya pengaruh total quality management

terhadap kepuasan pelanggan adalah 40,1% sedangkan sisanya sebesar 59,9% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

3. Kemudian pada tabel 5 persamaan regresi diperoleh nilai koefisien untuk variabel total quality management pada perhitungan variabel kepuasan pelanggan adalah 0,480 dan konstanta sebesar 9,162 sehingga modal persamaan regresi yang diperoleh adalah: $Y = 9,162 + 0,480X$. Itu artinya besaran pengaruh total quality management terhadap kepuasan pelanggan sebesar 48%. Atau setiap total quality management mengalami kenaikan sebesar 0,480 maka kepuasan pelanggan mengalami 1 kenaikan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya penelitian menyampaikan saran-saran sebagai berikut:

1. Perusahaan harus lebih meningkatkan penerapan total quality management karena dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Perusahaan harus terus berusaha mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan.
3. perusahaan harus memperhatikan poin-poin yang ada dalam kuesioner yang dianggap kurang oleh pelanggan maka diharapkan pelanggan akan lebih puas dan indeks kepuasan pelanggan akan lebih meningkatkan pendapatan perusahaan karena sumber utama pendapatan perusahaan adalah pelanggan.

BADAFTAR FUSRAKA

- Alma, Buchari, 2004, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Keenam, Alfabeta, Bandung.
- Alfabeta.Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)* Bandung:
- Dharmayanti, dian. 2006.*analisis dampak servis performance kepuasan sebagai moderating variabel terhadap loyalitas nasabah.*
- Gasperz, Vincent 2003. *Total Quality Management*. Jakarta : Gramedia Puataka Umum
- Hisibuan , Melayu. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: bumi Aksara
- Ismunawan, 2010, *Penerapan Penilaian Kinerja Dan Sistem Pengukuran* . Jakarta Erlangga
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta : PT. Prehallindo
- Moenir, 2009. *Bentuk – Bentuk Kualitas Pelayanan*. Jakarta: Harvarindo
- Nasution, nur. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Natha, 2008. *Total Quality Management sebagai perangkat manajemen baru untuk optimisasi*. Jakarta : Harvarindo
- Narsa, 1 Made, 2003. *Pengaruh Interaksi Antara Total Quality Manajement Dengan Sistem Pengukuran Kinerja Dan Sistem Penghargaan Terhadap Kinerja Manejerial*. Bandung: Alfabeta
- Purwanto. 2002. *Total Quality Management*. Jakarta: Pena Emas
- Tjiptono. 2001. *Total Quality Management*. Yogyakarta : andira
- Tjiptono. 2010. *Metode mengukur kepuasan pelanggan*. Jakarta : Bumi Aksara.

1. Etika

Etika adalah disiplin yang terkait dengan kebaikan dan keburukan dalam berbagai situasi. Ini seperti dua sisi mata uang yang dilambangkan oleh etika organisasi dan etika individu. Etika organisasi membentuk sebuah kode etik bisnis yang menguraikan petunjuk bagi semua anggotanya dan harus melekat dalam pekerjaan sehari-hari mereka. Sedangkan etika individu mencakup kebenaran dan kesalahan perseorangan.

2. Integritas

Integritas mencakup kejujuran, moral, nilai-nilai, keadilan dan kesetiaan terhadap kebenaran dan keikhlasan. Karakteristiknya adalah bahwa apa yang diharapkan oleh pelanggan (Internal/eksternal) dan apa yang memang layak mereka terima.

3. Kepercayaan

Kepercayaan adalah produk dari integritas dan perilaku yang beretika. Tanpa kepercayaan, kerangka kerja dari *Total Quality Management* tidak dapat dibangun. Kepercayaan membantu perkembangan partisipasi penuh dari semua anggota organisasi. Ia memperkenalkan aktivitas pemberian wewenang yang mendorong kebanggaan turut memiliki perusahaan dan juga komitmen. Ia memberi peluang dilakukannya pengambilan keputusan pada semua level dalam organisasi, mengembangkan penanganan risiko oleh tiap-tiap individu untuk perbaikan berkelanjutan dan membantu dalam menjamin bahwa ukuran-ukuran yang digunakan terpusat pada perbaikan proses dan tidak digunakan untuk melawan pendapat orang lain. Kepercayaan adalah sifat dasar untuk menjamin

kepuasan pelanggan . Jadi, kepercayaan membangun lingkungan yang kooperatif (saling bekerjasama) sebagai dasar untuk *Total Quality Management*.

4. Pendidikan dan Pelatihan

Mutu di dasarkan pada keterampilan setiap karyawan yang pengertiannya tentang apa yang di butuhkan oleh pelanggan ini mencakup mendidik dan melatih semua karyawan, memberikan informasi yang mereka butuhkan untuk menjamin perbaikan mutu dan memecahkan persoalan. Pelatihan ini memastikan bahwa suatu bahasa dan suatu sel alatyang sama akan di perbaiki di seluruh perusahaan. Pelatihan tambahan pada *benchmarking*, statistik, dan tekniknya juga digunakan dalam rangka mencapai kepuasan pelanggan.

5. Kerjasama tim

Kerjasama tim juga merupakan sebuah elemen kunci dari *Total Quality Management*, yang menjadi alat bagi organisasi dalam mencapai kesuksesan. Dengan menggunakan tim dalam bekerja, organisasi akan dapat memperoleh penyelesaian yang cepat dan tepat terhadap semua masalah. Suatu tim biasanya juga memberikan perbaikan-perbaikan permanen dalam proses dan operasi-operasi. Dalam sebuah tim, orang-orang akan merasa lebih nyaman untuk mengajukan masalah-masalah yang terjadi dan dapat dengan segera memperoleh bantuan dari pekerja-pekerja lainnya berupa solusi-solusi yang akan digunakan untuk menanggulangi masalah-masalah yang di hadapi.

6. Kepemimpinan

Manager senior harus mengarahkan upaya pencapaian tujuan dengan memberikan, menggunakan alat dan bahan yang komunikatif, menggunakan data dan mengaliu siapa-siapa yang berhasil menerapkan konsep manajemen mutu terpadu. Ketika memutuskan untuk menggunakan *Total Quality Management* sebagai kunci proses manajemen, perananan menejer senior sebagai penasihat, guru, dan dan pimpinan tidak bisa di remehkan.

7. Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah pemahaman bersama terhadap suatu atau sekelompok ide-ide antara pengirim informasi. *Total Quality Management* yang sukses menuntut komunikasi dengan dan /atau diantara, semua anggota organisasi, pemasok dan juga pelanggan. Para supervisor harus memelihara keterbukaan dari arus komunikasi dimana seluruh karyawanya dapat mengirim dan menerima semua informasi tentang proses-proses *Total Quality Management*. Adalah suatu hal yang vital bahwa komunikasi harus di rangkai dengan penyampaian informasi yang benar bukan dengan informasi yang keliru. Supaya komunikasi bisa menjadi sesuatu yang dapat di percaya maka pesan yang sampaikan harus jelas dan penerimaan informasi harus memiliki penafsiran yang sama dengan apa yang di maksud pengirimnya.

8. Penghargaan

Penghargaan adalah elemen terakhir dari keseluruhan sistem *Total Quality Management*. Sebaiknya diberikan untuk saran-saran dan pencapaian-pencapaian yang memuaskan baik di hasilkan oleh suatu tim ataupun individu.

Para karyawan akan didorong untuk berusaha keras memperoleh penghargaan untuk dirinya dan untuk timnya. Menemukan dan mengenal para kontributor dari saran-saran dan pencapaian-pencapaian yang baik tersebut merupakan tugas dari seorang supervisor. Begitu para kontributor ini dihargai, mereka akan dapat mengalami perubahan yang sangat besar dalam hal penghargaan diri, produktifitas, mutu dan jumlah karya yang pada akhirnya mendorong seseorang untuk berusaha lebih giat dalam tugas sehari-harinya. Penghargaan datang bentuk terbaiknya jika saran-saran tersebut diikuti oleh sebuah tindakan langsung untuk mencapai hasil yang baik oleh kontributor tersebut.

a. Sistem Keluhan dan Saran

Artinya setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon.

b. Survei Kepuasan Pelanggan

Artinya kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Dengan melalui servis, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menurut perhatian terhadap para pelanggannya.

c. Ghost Shopping

Artinya metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*Ghost Shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensi produk perusahaan dan pesaing. Kemudian *ghost shopper* menyampaikan temuan-temuan mengenai kekuatan dan kelemahan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut

Lampiran 2

Data Kuesioner Variabel Total Quality Ma
PT. PLN Rayon Bantaeng

	<i>Total Quality Management (TMQ)</i>							
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8
1	5	5	4	4	5	4	5	5
2	4	4	5	4	5	5	4	4
3	3	4	4	3	3	4	5	4
4	4	4	3	3	4	3	4	4
5	3	4	4	4	4	5	5	4
6	4	4	4	4	4	3	3	4
7	3	3	3	4	4	5	4	5
8	5	5	4	3	4	4	4	3
9	5	4	4	4	4	4	4	4
10	4	4	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	5	4	5	5	5
12	5	4	4	4	4	5	5	5
13	4	4	4	4	4	4	5	5
14	5	5	4	5	5	4	5	5
15	4	4	4	5	4	4	4	5
16	4	4	5	5	5	5	5	4
17	4	4	4	4	4	4	4	4
18	5	5	5	5	5	3	5	4
19	5	5	5	4	4	5	5	5
20	5	5	5	5	5	4	4	4
21	5	5	3	3	5	3	5	4
22	5	4	4	4	4	4	5	5
23	4	4	4	4	4	4	4	4
24	5	5	5	5	5	5	5	5
25	5	4	4	4	4	4	4	4
26	4	4	4	4	4	5	4	4
27	5	5	5	5	5	5	5	5
28	5	5	4	4	3	4	4	5
29	5	5	4	4	3	4	4	5
30	5	5	5	5	4	4	5	4
31	5	4	4	4	4	5	4	4
32	4	4	5	5	5	4	4	4
33	4	4	4	3	3	4	4	4
34	4	4	5	4	3	3	3	5
35	5	5	5	4	4	4	5	5
36	5	4	5	4	5	4	5	5
37	4	4	4	4	4	4	4	4
38	3	4	3	5	4	4	5	3
39	5	5	5	4	4	5	5	4
40	5	5	5	4	4	5	5	5
41	4	4	4	4	4	5	4	5
42	5	5	5	5	4	4	4	5
43	4	3	4	4	3	3	4	4

44	5	5	4	4	4	4	5	5
45	4	4	4	4	4	4	4	4
46	4	4	4	4	4	4	4	4
47	4	4	4	4	4	4	4	5
48	5	5	5	5	5	5	5	5
49	4	4	4	4	4	4	5	5
50	4	4	4	4	5	4	4	4
51	4	4	4	4	3	3	4	4
52	4	4	4	4	4	4	4	4
53	4	4	4	4	5	4	4	4
54	5	5	5	5	5	5	5	5
55	3	3	4	4	5	3	4	5
56	4	3	4	5	4	4	5	4
57	4	5	4	4	4	4	4	4
58	5	4	5	5	5	5	4	5
59	3	4	4	5	3	4	4	5
60	4	4	4	4	4	4	5	5

najemen

Q9	Q10	Q11	Q12	jumlah (x)
5	4	4	5	55
4	4	5	4	52
3	4	4	3	44
4	3	3	3	42
4	4	4	4	49
4	5	5	4	48
4	3	4	3	45
3	3	4	4	46
5	3	4	4	49
4	4	4	4	48
4	4	5	5	54
4	4	4	4	52
4	4	4	4	50
5	4	5	5	57
5	4	4	4	51
5	5	5	5	57
4	4	4	4	58
5	3	4	5	48
5	4	5	5	54
4	4	5	4	54
4	4	3	3	47
4	4	4	4	51
4	4	4	4	48
5	5	5	5	60
4	3	4	4	48
4	3	4	5	49
5	4	5	5	59
4	4	5	4	51
4	4	5	4	51
4	5	4	5	55
5	4	4	4	51
4	3	4	3	49
4	4	4	4	46
4	3	4	3	45
4	4	5	5	55
4	2	5	4	52
4	4	4	4	48
4	4	5	4	48
5	5	5	5	56
5	4	5	5	57
5	4	4	4	51
5	5	5	5	56
4	3	4	3	43

4	3	4	4	51
4	4	4	4	48
4	4	4	4	48
5	4	4	4	50
5	5	5	5	60
4	4	5	5	52
4	3	4	4	48
3	3	4	4	44
5	4	5	5	51
5	4	3	3	48
5	5	5	5	60
5	4	4	4	49
4	5	4	4	50
4	5	4	4	50
5	5	4	3	55
5	4	4	4	49
5	5	5	5	54

46	4	4	4	4	3	4	4	4	31
47	4	4	4	4	4	4	4	4	32
48	5	5	5	5	5	5	5	5	40
49	4	5	5	5	3	4	3	4	32
50	4	5	5	3	3	4	3	4	29
51	4	4	4	4	2	4	3	4	29
52	5	5	5	5	3	4	4	5	36
53	4	5	4	4	4	4	4	5	34
54	5	5	5	5	5	5	5	5	40
55	5	5	4	4	4	4	5	3	34
56	5	5	5	4	3	4	3	5	34
57	5	5	5	5	4	4	4	5	37
58	5	5	5	5	4	5	4	5	38
59	5	5	4	4	4	4	5	4	35
60	5	5	5	5	5	4	4	4	37

1. Variabel Total Quality Management (TMQ)

No	Daftar Pernyataan Variabel TQM	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Masukan-Masukan dari pelanggan digunakan untuk proses pengembangan produk.					
2	Perusahaan membina hubungan yang baik dengan pelanggan.					
3	Perusahaan harus selalu mengukur kepuasan pelanggan.					
4	Perusahaan selalau berusaha memenuhi kepuasan pelanggan.					
5	Perusahaan selalu melakukan perbaikan terus menerus pada semua bagian tanpa menunggu permasalahan muncul.					
6	Perusahaan selalu mempertimbangkan masukan dari pelanggan untuk meningkatkan kualitas.					
7	Semua karyawan memperoleh pelatihan dan pengembangan keterampilan secara teratur.					
8	Pendidikan dan peletihan memotivasi untuk mengembangkan ide-ide baru.					
9	Pendidikan dan pelatihan adalah kunci perbaikan bagi bisnis perusahaan.					
10	Pimpinan mengakui dan menghargai prestasi atas peningkatan kualitas					
11	Perusahaan selalu mengembangkan keterlibatan karyawan pada semua bagian untuk mengelola kualitas.					
12	Karyawan didorong untuk menyatakan perasaan dan keluhan serta gagasan-gagasan secara terbuka.					

Kuesioner
Pengaruh Total Quality Management
Terhadap Kepuasan Pelanggan Di
PT. PLN Bantaeng

A. Identitas Pribadi

Mohon dengan hormat kesediaan bapak/ibu/saudara/i untuk menjawab pertanyaan dibawah ini dengan memberi tanda (\checkmark):

1. Jenis kelamin: Laki-laki perempuan
2. Berapa Usia Anda?
 1. Di bawah 20 tahun
 2. 20 – 29 tahun
 3. 30 – 39 tahun
 4. 40 – 49 tahun
 5. 50 – 59 tahun
3. Pekerjaan Profesi
 1. PNS 3. Peteni
 2. Pegawai Swasta 4. Lain-lain
4. Pendidikan Trakhir
 1. SD
 2. SMP
 3. SMA
 4. Serjana

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berilah tanda (\checkmark) pada kolom bapak/ibu/saudara/i pilih sesuai keadaan yang sebenarnya, dengan alternative jawaban sebagai berikut:

1. = Sangat Tidak Setuju (STS)
2. = Tidak Setuju (TS)
3. = Netral (N)
4. = Setuju (S)
5. = Sangat Setuju(SS)

Lampiran 1

Perihal : Permohonan Pengisian Kuesioner

Lampiran : Satu Berkas

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Pelanggan PT. PLN Bantaeng

Di Tempat

Assalamu' alaikum Wr. Wb.

Bapak/Ibu/Saudara/i dalam rangka menyelesaikan karya ilmiah (Skripsi), saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Arifin

NIM : 105 720 457 513

Pekerjaan : Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar

Alamat : Perumahan Bosowa Parmai Blok A2 No, 7

Sehubungan dengan pelaksanaan penelitian ini dalam rangka penyusunan skripsi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, dengan judul " Pengaruh Total Quality Managemant Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. PLN Bantaeng".

Untuk membantu kelancaran penelitian ini, saya mohon dengan hormat kesedian Bapak/Ibu/Saudara/i mengisi kuesioner penelitian ini. Peran serta Bapak/Ibu/Saudara/i akan sangat bermanfaat bagi keberhasilan penelitian yang dilaksanakan .

Atas bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam menjawab pertanyaan pada kuesioner ini, disampaikan banyak terima kasih.

Wassalamu' alaikum Wr. Wb.

Hormat saya

Peneliti

Arifin

Lampiran 3

Hasil uji validitas dan realibitas

Variabel X

Item- total statistics

	Scale Mean If Item Deleted	Scale Variance If Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha If Item Deleted
VAR0001	46,5667	16,182	,447	,633	,836
VAR0002	46,5833	16,247	,572	,591	,828
VAR0003	46,6500	16,231	,526	,491	,830
VAR0004	46,7000	16,214	,489	,427	,833
VAR0005	46,8333	15,972	,479	,515	,834
VAR0006	46,7500	15,852	,536	,383	,829
VAR0007	46,4833	16,457	,426	,461	,837
VAR0008	46,4500	16,896	,352	,396	,842
VAR0009	46,6500	15,892	,610	,524	,825
VAR00010	47,0667	16,131	,411	,390	,840
VAR00011	46,6167	15,800	,614	,479	,824
VAR00012	46,7333	14,979	,686	,527	,817

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based On Standardized Items	N of Items
,843	,846	12

Variabel Y

Item- total statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected item- total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00013	29.80	7.485	.547	.386	.841
VAR00014	29.72	7.630	.526	.399	.843
VAR00015	29.82	7.678	.573	.448	.838
VAR00016	29.72	6.952	.730	.585	.818
VAR00017	29.92	7.908	.490	.346	.847
VAR00018	29.80	7.383	.625	.452	.831
VAR00019	29.72	7.664	.555	.492	.840
VAR00020	29.63	7.185	.700	.607	.822

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.853	.852	8

Lampiran 4

Hasil Uji Regresi

Modal Summary

Modal	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.634a	.401	.391	2.567

- a. Predictors: (Constant), X
- b. Dependent Variabel: Y

Coefficients

Modal	Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.162	3.932	.634	2.330	.023
X	.480	.077		6.237	.000

- a. Dependent Variabel: Y

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Arifin, lahir di Bantaeng Sulawesi Selatan, pada tanggal 10 Agustus 1994, dan merupakan anak pertama dari dua bersaudara, dari pasangan suami istri Bapak Abd Salam (dg Sala’) dan ibu Nurhayati (Rani). Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama islam. Pendidikan Sekolah Dasar ditempuh di SD Impres 32 Bungloe (2001-2007), Selanjutnya di SMP Negeri 3 Bissappu (2007- 2010), dan berlanjut di SMA Negeri 1 Bantaeng (2010-2013). Kemudian melanjutkan jenjang pendidikan Sastra 1 (S1) di Universitas Muhammadiyah Makassar pada tahun 2013 sampai selesai. Salah satu syarat kelulusan pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Makassar, penulis harus menyusun skripsi. Skripsi yang disusun diberi judul “ Pengaruh Total Quality Management terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN Bantaeng”.