

**ANALISIS PENGARUH TOTAL QUALITY MANAJEMEN (TQM)
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(STUDY KASUS PADA KANTOR POS CABANG KECAMATAN MODO
KABUPATEN LAMONGAN)**

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF TOTAL QUALITY
MANAJEMEN ONCUSTOMER SATISFACTION
(CASE STUDY AT THEPOST OFFICE BRANCH OF MODO DISTRICT,
LAMONGAN DISTRICT)**

Siti Mei Fia Musharofah¹

¹Program Studi Manajemen, Universitas Islam Lamongan
meifia593@gmail.com

Website:

Abstrak

Kata Kunci:

*Fokus, Obsesi dan
Kepuasan Pelanggan*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fokus pada pelanggan, obsesi terhadap kualitas dan kepuasan pelanggan secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan. Serta untuk mengetahui variabel mana yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik total sampling dengan jumlah sampel 54. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji t dan uji F. Dari hasil analisis regresi linier berganda diketahui variabel fokus pada pelanggan mempunyai nilai yang paling tinggi atau dominan dibandingkan dengan variabel lainnya. Sedangkan untuk uji t diperoleh hasil perhitungan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang berarti variabel bebas berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat. Dan hasil uji F diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sehingga variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

Keywords :

Focus, Obsessio and Customer Satisfaction

Alamat Kantor:

Jl. Raya Modo No 167
Modo 62275

Abstract

This stud aims to determine the effect of customer focus, obsession with quality and customer satisfaction partially or simultaneously on customer satisfaction. And to find out which variables have the most dominant influence on customer satisfaction. The sampling technique used in this study is a total sampling technique with a sample size of 54. The data analysis method used is multiple linear regression, t test and F test. From the results of multiple linear regression analysis, it is known that the customer focus variable has the highest or dominant value. compared to other variables. Meanwhile, for the t-test, the calculation results $t_{count} > t_{table}$, which means that the independent variable has a partial effect on the dependent variable. . And the results of the F test obtained the value of $F_{count} > F_{table}$ so that the independent variables simultaneously affect the dependent variable

PENDAHULUAN

Total Quality Manajement (TQM) atau pengendalian mutu terpadu dilakukan dengan jalan melaksanakan pengawasan baik selama proses produksi atau pengawasan hasil barang produksi. Maksud dari pengaturan pengawasan mutu (*Quality manjement*) adalah spesifikasi produk yang telah di tetapkan sebagai standart dapat tercemin dalam produk atau hasil akhir.

Menurut Ishikawa dalam Chairany (2011:13) tujuan *Total Quality Manajement (TQM)* adalah membentuk organisasi yang di dalamnya terdapat orang-orang terbaik dibidangnya. Untuk mewujudkan hal itu dibutuhkan perbedaan karyawan dan kebijakan yang memberikan mereka kesempatan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapinya dan memiliki ketrampilan untuk memecahkan masalah tersebut. Pencapaian mutu dalam pelayanan tergantung kepada pemahaman, pengaruh, arahan dan faktor-faktor manusia dalam pelayanan. Kesalahan manusia, baik besar maupun kecil, adalah penyebab utama pelayanan bermutu rendah disatu sisi dan manajemen operasional pada sisi lain. Pelayanan Kantor Pos Cabang Modo sendiri harus mengacu terhadap prinsip-prinsip yang nyaman atau dikenal

dengan pelayanan istimewa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini ialah sebuah riset yang memakai metode kuantitatif, dengan teknik accidental sampling. Riset ini mengambil 54 orang responden dan untuk pengumpulan datanya menggunakan kuisisioner dan wawancara, serta metode analisis yang dipakai untuk riset ini yaitu memakai uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, kolerasi berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas

Analisis uji validitas terhadap ke empat variabel yang di gunakan pada penelitian ini, yakni Fokus Pada Pelanggan, Obsesi Terhadap Kualitas dengan 54 sampel responden, adapun perhitungan sebagai berikut menunjukkan bahwa semua indikator atau semua item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur setiap variabel dalam penelitian ini memiliki r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,254) yang berarti semua indikator dari masing-masing variabel tersebut adalah valid.

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas penjualan, pelayanan jasa dan minat beli yang memakai program *SPSS 20 for Windows* dengan 54 responden dapat di tunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 1
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i> (α)	Standart Reliabilitas	Keterangan
1.	Fokus Pada Pelanggan	0,878	0,6	Reliabel
2.	Obsesi Terhadap Kualitas	0,839	0,6	Reliabel
3.	Kepuasan Pelanggan	0,880	0,6	Reliabel

Sumber: Hasil Output SPSS 20

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas untuk keempat variabel penelitian dengan melihat nilai uji reliabilitas yang di gunakan dalam penelitian ini diperoleh nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel fokus pada pelanggan sebesar 0,878, variabel obsesi terhadap kualitas sebesar 0,839, dan variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,880. Nilai *Cronbach Alpha* untuk ke tiga variabel yang di pakai pada

penelitian ini menunjukkan hasil lebih besar dari 0,60. Dengan itu bisa di simpulkan bahwa pertanyaan pada kuesioner ini adalah reliabel.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 2
Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
		B	Std. Error	Beta		
1.	(Constant)	1,083	,858		1,262	,213
	Total_X1	,486	,094	,494	5,148	,000
	Total_X2	,474	,95	,476	4,966	,000

a. Dependent Variable: fokus pada pelanggan

Sumber: Hasil Output SPSS 20

Dari tabel di atas menunjukkan adanya persamaan regresinya sebagai berikut ini:

$$Y = 1,083 + 0,486 X_1 + 0,834 X_2$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a = 1,083, nilai konstanta yang berarti apabila variabel Fokus Pada Pelanggan dan Obsesi Terhadap Kualitas yang mempengaruhi =0, maka hasil yang diperoleh Kepuasan Pelanggan sebesar 1,083 (X_1 dan $X_2 = 0$).

$b_1 = 0,486$ Koefisien regresi variabel fokus pada pelanggan artinya bahwa jika terjadi peningkatan fokus pada pelanggan sebesar 1 satuan, maka akan terjadi peningkatan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,486 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap atau konstan ($a, X_2 = 0$)

$b_2 = 0,474$ Koefisien regresi variabel obsesi terhadap pelanggan artinya bahwa jika terjadi peningkatan obsesi terhadap pelanggan sebesar 1 satuan, maka akan terjadi peningkatan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,474 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap atau konstan ($a, X_1 = 0$)

Dari koefisien variabel bebas diatas bernilai positif. Hal ini berarti mempunyai arah perubahan yang searah dengan variabel terikat. Disamping itu koefisien variabel fokus pada pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 0,486 mempunyai nilai terbesar dibanding dengan koefisien regresi variabel bebas yang lain yaitu Obsesi Terhadap Kualitas. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). adalah variabel fokus pada pelanggan (X1).

Analisis Koefisien Korelasi berganda

Untuk mengetahui uji koefisien determinasi yang dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 20 for Windows* dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3
Hasil Uji Koefisien Korelasi berganda

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,932 ^a	,869	,864	,800

a. Predictors: (Constant), fokus pada pelanggan, obsesi terhadap kualitas

Sumber: Hasil Output SPSS 20

Pada tabel diatas memperlihatkan bahwa angka koefisien korelasi (R) sebesar 0,932. Artinya terdapat hubungan yang kuat antara variable bebas dengan variable terikat.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4
Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,932 ^a	,869	,864	,800

a. Predictors: (Constant), fokus pada pelanggan, obsesi terhadap kualitas

Sumber: Hasil Output SPSS 20

Berdasarkan analisis uji koefisien determinasi diatas

menunjukkan nilai *R Square* sebesar 0,869 atau 86,9%, yang berarti variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu fokus pada pelanggan, obsesi terhadap kualitas. Serta sisanya 13,1% minat dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel tersebut.

Uji T

Adapun uji T dalam penelitian ini Tingkat signifikansi adalah $\alpha / 2 = 10 / 2 = 0,05$

$$t_{tabel} (\alpha/2 : n-k-1) = 0,05 : n-k-1$$

$$= 0,05 : 54-2-1$$

$$= 0,05 : 51$$

Maka nilai t_{tabel} sebesar 1,298

Tabel 5

Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1.	(Constant)	1,083	,858		1,262	,213
	Total_X1	,486	,094	,494	5,148	,000
	Total_X2	,474	,095	,476	4,966	,000

Dengan menggunakan *SPSS 20 for windows* tersebut dinyatakan $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini menunjukkan bahwa semua variable secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Cabang Kecamatan Modo Kabupaten Lamongan.

UJI F

Tabel 6
Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	217,222	2	108,611	169,664	,000 ^b
	Residual	32,648	51	,640		
	Total	249,870	53			

Sumber : Hasil Output IBM Statistic 20

Dari hasil pengujian *SPSS 20 for windows* F diperoleh F_{hitung} sebesar 169,664 dan F_{tabel} 3,18 artinya $F_{hitung} > F_{tabel}$. Hal ini menyatakan bahwa variabel fokus pada pelanggan dan obsesi terhadap kualitas mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Cabang Kecamatan Modo Kabupaten Lamongan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian fokus pada pelanggan, obsesi terhadap kualitas terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Pos Cabang Kecamatan Modo Kabupaten Lamongan kesimpulan adalah sebagai berikut :

1. Variabel fokus pada pelanggan (X_1), obsesi terhadap kualitas (X_2) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Pada Kantor Pos Cabang Kecamatan Modo Kabupaten Lamongan
2. Variabel fokus pada pelanggan (X_1), obsesi terhadap kualitas (X_2) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Kantor Pos Cabang Kecamatan Modo Kabupaten Lamongan
3. Variabel yang memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap fokus pada pelanggan adalah obsesi terhadap kualitas dengan memiliki standart koefisiensi beta sebesar 0,869.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyanto. 2011. *Variabel Total Quality Manajement (TQM) Terhadap kepuasan Pelanggan di PLN Cabang. Makassar.* UNHAS. Makassar.
- Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek.* Rineka Cipta : Jakarta
- Ayu, Novita Suhardiningrum. 2017. *Analisis Pengaruh Faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. POS INDONESIA cabang lamongan.* Skripsi Lamongan. Universitas Islam Lamongan. (Di akses bulan November 2020)
- Bintoro & Daryanto, 2017. *Manajemen Penilaian Kinerja Karyawan,* Penerbit Gaa Media, Yogyakarta.
- Chairany, Nurul dan Wahuni Lestari P. 2011, *Pengaruh Total Quality Management (TQM) Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Kepemimpinan dan Perilaku Produktif Karyawan,,* Jurnal, Makassar: FT Universitas Hassanuddin.
- Citraluki, Jaeline. 2016. *Pengaruh Penerapan Total Quality Management (TQM) Terhadap kepuasan Pelanggan pada Indomaret Sekecamatan Kartasura.* Skripsi Surakarta. Universitas Muhammadiyah Surakarta. (Di akses bulan November 2020)
- Doneli, err. 2018. *Penngaruh Total Quality Manajemen (TQM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Garden Gazebo Restaurant Purawisata Yogyakarta,* Skripsi, Yogyakarta. Universitas Islam Indonesia. (Di

Siti Mei Fia Musharofah¹

akses bulan November 2020)

Diana A., dan Tjiptono.F 2015. *Total Quality Manajement*. Edisi Revisi. Penerbit Andi, Yogyakarta.

Ghozali, imam. 2013. *Aplikasi analisis multivariate dengan program 20*. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang

Herlambang, Susatyo. 2014. *BasicMarketing (Dasar-dasar Marketing) Cara Mudah Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*. Gosyeng Publishing, Yogyakarta.

Harbani, Pasolong.2010. *Manajemen Kepemimpinan*. Bandung: C.V alfabeta.

Kotler, Philip, dan Kevin, Lane Keller.2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-2. Erlangga. Jakarta.

Nasution.2010. *Management mutu terpadu (Total Quality Manajement)*. Jakarta : Gralia Indonesia.

Nasution, M.N 2015. *Management mutu terpadu (Total Quality Manajement)*. Edisi 3. Bogor. Gralia Indonesia.

Novalia, N., Astutik, N., & Panjaitan, F. 2018. *Analisis Pengaruh Total Quality Manajement (TQM) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang)*. Jurnal Progresif Manajemen Bisnis.

Mahami, Cahaya. 2015. *Pengaruh Total Quality Manajement (TQM) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Sala View Surakarta*, Jurnal Universitas Muhammadiyah Surakarta. (Di akses bulan November 2020)

Sugiyono. 2010. *Statistic untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)* Penerbit CV. Alfabeta. Bandung.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Analisis Alat Uji Variabel Kuantitatif*. PT Alfabeta. Bandung.

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabeta. Bandung.

Sulaeman, MM. & Harsono M. (2021). Supply Chain Ontology: Model Overview and Synthesis. *Jurnal Mantik 5 (2)*, 790-799

Sulaeman, Moh.Muklis. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Komsumen Pada Merek Cardinal Di Ramayana Bungurasih Sidoarjo, *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen) 3*

(3), 747-822

Sulaeman, MM. (2020). Sosialisasi Kewirausahaan dalam Upaya Peningkatan UMKM Desa Palangan Kecamatan Karangbinangun Kabupaten Lamongan. *Jurnal Abdimas Berdaya: Jurnal Pembelajaran, Pemberdayaan dan Pengabdian Masyarakat*. Hal. 16-22

Sulaeman, MM. Et.al. (2022). Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Anggota Pengguna Jasa Koperasi Simpan Pinjam Artha Niaga Sentosa Surabaya. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)* 3 (4), 892-895

Tjiptono, Fandy. 2010. *Total Qualit Management*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2010. *Management Jasa*. Edisi kedua. Yogyakarta : Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. C.V Andi Offset. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran. Edisi ke-4*. C.V Andi Offset. Yogyakarta

Yamit, Zulian. 2010. *Manajemen kualitas produksi dan Jasa*. Edisi Kesatu. Ekonisia: Yogyakarta.