

INFLUENCE OF TOTAL QUALITY MANAGEMENT (TQM) TOWARDS CONSUMERS SATISFACTION

Anwar Fahry, Gugy Susandy, Kuncorosidi
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja

INFO ARTIKEL

Histori Artikel :

Tgl. Masuk : 01 Agustus 2019

Tgl. Diterima : 30 September 2019

Tersedia Online : 30 Oktober 2019

Keywords:

Total Quality Management (TQM), Services Quality, Customer Satisfaction

ABSTRAK/ABSTRACT

Globalizations the economy of society comprehensively. As a result we should be well-prepared for dealing with the development of global era optimally. We could not catch the opportunities of this situation unless we have a competitive advantage in the international market competition. One of the effort that can be made to deal with the competition is improvement of the goods and services quality which produced by the companies.

The aim of this study is to investigate the effect of Total Quality Management towards The Customer Satisfaction at PT. Pundi Bank Indonesia (Persero) Tbk. Pamanukan Branch. The method was using of this research by simple linear regression. The samples is customers of PT. Pundi Bank Indonesia (Persero) Tbk. Pamanukan Branch in 2015.

The study concluded some facts shown by the results of statistical calculations. Coefficient determinant shown by figures Adjusted R-Square amounted to 0.696 that mean 69.6% Customers Satisfaction is affected by the Total Quality Management. Based on the results of t-test, the Total Quality Management has significant effect on Customer Satisfaction variability at 0,000 and has $t_{account} > t_{tabel}$ (15.082 > 1.985).

PENDAHULUAN

Globalisasi yang kini kita hadapi menimbulkan dampak tersendiri dalam tatanan perekonomian pada seluruh lapisan masyarakat. Sebagai akibatnya kita harus siap menghadapi perkembangan era global tersebut secara bijak dan jeli. Untuk itu kita harus dapat memanfaatkan perkembangan tersebut menjadi sebuah keuntungan. Maka dari itu perusahaan harus melakukan berbagai upaya dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk menghadapi persaingan

tersebut adalah dengan meningkatkan kualitas terhadap barang maupun jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Sebagai mana yang diungkapkan oleh Eugenia, (2010) mengatakan "hal yang mendasari *competitive advantage* adalah kemampuan perusahaan untuk menyediakan produk dan jasa yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen".

Hal ini disebabkan oleh konsumen adalah *starting point* dari pada *end point* pada kesuksesan bisnis Arumugam & Mojtahedzadeh, (2011). Lingkungan bisnis yang kompetitif menjadikan perusahaan membuat

banyak penawaran terhadap barang dan jasa. Banyaknya penawaran barang dan jasa membuat konsumen lebih selektif dalam memilih barang dan jasa yang berkualitas tinggi. Peningkatan persaingan dan permintaan dengan kualitas tinggi menyebabkan semakin banyak perusahaan menyadari bahwa mereka harus menyediakan produk/jasa berkualitas tinggi untuk sukses bersaing di pasar Demirbag, (2006). Kualitas dapat diartikan kesesuaian dengan tujuan dan kegunaan *fitness for purpose or use*, kesesuaian dengan yang disyaratkan *conformance to requirements* perusahaan maupun konsumen, berbeda dari produk pesaing dan memenuhi harapan konsumen. Penyediaan barang dan jasa yang berkualitas merupakan tantangan dan tuntutan konsumen pada persaingan global. Tuntutan konsumen terhadap kualitas sangat beragam, tergantung pada keinginan (lebih cepat, lebih murah, dan lebih baik), kebutuhan, dan daya beli. Konsumen menilai kualitas barang dan jasa dengan cara membandingkan produk sejenis dan berdasarkan perasaan konsumen. Penilaian kualitas berdasarkan perasaan konsumen inilah yang merupakan tantangan perusahaan untuk dapat memenangkan persaingan bisnis saat ini. Sumber (internet) Florentina, (2009) mengatakan "Salah satu sistem yang mengutamakan kualitas produk dan jasa yang banyak diterapkan dan diadopsi oleh perusahaan-perusahaan adalah *Total Quality Management* (TQM). Hal ini dapat dilakukan dengan menerapkan *Total Quality Management* (TQM). *Total Quality Management* (TQM) adalah salah satu faktor kesuksesan karena *Total Quality Management* (TQM) berfokus kepada konsumen, dan melakukan perbaikan

berkesinambungan pada setiap produk, jasa dan proses Gorji, (2011). *Total Quality Management* (TQM) merupakan suatu pendekatan dalam menjalankan usaha yang mencoba untuk memaksimalkan daya saing organisasi melalui perbaikan secara terus-menerus terhadap produk, tenaga kerja, proses dan lingkungannya Nasution, (2015: 17). Salah satu sasaran utama perusahaan adalah meningkatkan produktivitas perusahaan. Dalam filosofi *Total Quality Management* (TQM), control kualitas adalah aktifitas terus-menerus diseluruh siklus proses: berfokus pada pemahaman penyebab masalah dan berusaha mengurangi atau menghilangkan dampak dalam bentuk yang paling efektif. *Total Quality Management* (TQM) berfokus pada pelanggan karena pada dasarnya kinerja perusahaan memang dapat dinilai dari berbagai aspek, baik keuangan maupun non keuangan Yuliani, (2008). Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor non keuangan yang dapat dijadikan kriteria penilaian bagi keberhasilan perusahaan. Dasar pemikiran perlunya *Total Quality Management* (TQM) sangatlah sederhana, yakni cara terbaik agar dapat bersaing dan unggul dalam persaingan global adalah dengan menghasilkan kualitas terbaik diperlukan upaya perbaikan berkesinambungan terhadap kemampuan manusia, proses dan lingkungannya. *Total Quality Management* (TQM) juga merupakan cara terbaik agar dapat memperbaiki komponen-komponen tersebut secara berkesinambungan dan juga memperbaiki kerjasama tim (*team work*) yang dapat dilakukan dengan cara melibatkan serta memberdayakan karyawan sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Karyawan memegang peranan penting dalam meningkatkan *Total Quality Management* (TQM) yang dapat berpengaruh untuk mencapai kepuasan pelanggan baik barang maupun jasa yang dapat memenuhi kesenangan, yaitu keinginan, hasrat, dan tujuan yang diinginkan.

Dalam hal tersebut, perusahaan seperti industri perbankan memiliki peran penting baik secara perekonomian, yaitu menyediakan dan menyalurkan dana untuk pembangunan ekonomi masyarakat. Menurut UU Perbankan No. 10 Tahun 1998, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak. Oleh karena itu, peranan perbankan sangat mempengaruhi kegiatan ekonomi suatu Negara. Semakin maju suatu Negara maka semakin besar peranan perbankan dalam mengendalikan ekonomi Negara tersebut.

Peringkat Bank berdasarkan total aset tahun 2013. Pada peringkat pertama ditempati oleh PT BANK MANDIRI (PERSERO), Tbk dengan kategori Persero dan total aset per desember 2013 yaitu 733.100, disusul posisi kedua PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO), Tbk dengan kategori Persero dan total aset per desember 2013 yaitu 626.183, diposisi ketiga PT BANK CENTRAL ASIA, Tbk dengan kategori BUSN Devisa dan total aset per desember 2013 yaitu 496.305, posisi keempat PT BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO), Tbk dengan kategori Persero dan total aset per desember 2013 yaitu 386.655, pada

posisi kelima PT BANK CIMB NIAGA, Tbk dengan kategori BUSN Devisa dan total aset per desember 2013 yaitu 218.866, PT BANK PUNDI INDONESIA, Tbk ada diposisi 54 dengan kategori BUSN Non-Devisa dan total aset per desember 2013 yaitu 9.003.

PT. Bank Pundi Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Pamanukan berada di Jl. Ion Martasasmita No. 283 A Pamanukan, Subang merupakan bank swasta yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa perbankan. PT. Bank Pundi Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Pamanukan memiliki pelayanan yang berbeda satu dengan yang lain. Dari semua jasa yang ada salah satunya adalah jasa tabungan yang paling banyak merasakan manfaat dari pada pelayanan. Maka PT. Bank Pundi Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Pamanukan harus melakukan persaingan yang sehat melalui peningkatan kualitas pelayanan kepada nasabah.

PT. Bank Pundi Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Pamanukan memfokuskan pada nasabah yang berada di daerah pamanukan dan memfokuskan pada pemberian modal usaha bagi nasabahnya, sebagian besar profesi nasabah Bank Pundi merupakan wiraswasta yaitu (UMKM, pedagang, petani dan lain-lain) serta berdasarkan usia nasabah didominasi oleh nasabah yang masih berusia produktif dengan rentang usia 21 sampai dengan 30 tahun.

Namun salah satu yang masih dikeluhkan oleh para nasabahnya yaitu pada saat jam kerja terutama pada pagi hari, dapat mengakibatkan kepadatan nasabah yang ingin menabung menimbulkan suatu antrian panjang dan kurang cepat kinerja para pegawainya yang dapat mempengaruhi citra Bank dimata nasabah. Salah satu cara yang dapat

digunakan oleh PT. Bank Pundi Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Pamanukan adalah dengan menerapkan *Total Quality Management* (TQM). Dengan tujuan diterapkannya *Total Quality Management* (TQM) untuk dapat menciptakan kepuasan Konsumen. Cara untuk menciptakan kepuasan Konsumen dapat dilakukan dengan menambah fasilitas yang ada, baik meningkatkan kualitas produk maupun pelayanan serta melakukan kerjasama tim yang baik antar karyawan.

Hasil observasi dengan melakukan penyebaran kuisioner berjumlah 30 responden pada PT. Bank Pundi Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Pamanukan dapat ditarik kesimpulan bahwa 19 responden memberikan nilai kurang baik terhadap waktu tunggu untuk melakukan transaksi di *teller*. diperlukan waktu setidaknya 4 sampai 6 menit atau bahkan lebih tergantung dari besar kecilnya jumlah transaksi yang dilakukan, jika dirata-ratakan bila setiap nasabah melakukan transaksi sekitar 5 menit maka dari pertama Bank buka pukul 08:00 hingga pukul 12:00 WIB yang merupakan jam-jam sibuk, *teller* dapat melayani nasabah berjumlah 48 nasabah, jika di rata-ratakan jumlah nasabah pada jam tersebut berada diatas 50-60 nasabah, maka dibutuhkan *teller* cadangan untuk mengantisipasi nasabah yang menunggu terlalu lama khususnya diwaktu pagi hari. Menurut Erik Feri Ferdian selaku pimpinan PT. Bank Pundi Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Pamanukan waktu yang seharusnya untuk melakukan transaksi di *teller* adalah kurang dari 4 menit sesuai dengan SOP (*Standart Operaion Procedure*) yang telah ditetapkan. Dengan demikian harus dilakukan rencana perbaikan secara berkesinambungan baik dari sisi fasilitas maupun manajemen waktu

bagi karyawan agar nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Penelitian terdahulu yang menjadi acuan dan referensi dalam penelitian ini merujuk pada jurnal ilmiah yang ditulis oleh Seiby Lowing, Jantje Tinangon, Stanley Walandouw dengan judul "*Total Quality Management* (TQM) Pengaruhnya Terhadap Kinerja Manajerial" dengan hasil penelitian analisa menunjukkan bahwa *Total Quality Management* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja manajerial pada PT. Pegadaian (Persero) Kanwil V Manado. Sedangkan referensi lainnya yang merujuk pada jurnal ilmiah yang ditulis oleh Seiby Lowing, Jantje Tinangon, Stanley Walandouw dengan judul "*Total Quality Management* (TQM) Pengaruhnya Terhadap Kinerja Manajerial" dengan hasil penelitian analisa menunjukkan bahwa: 1. *Total Quality Management* (TQM) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja manajerial pada PT. Pegadaian (Persero) Kanwil V Manado. 2. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel *Total Quality Management* (TQM) yang diterapkan oleh perusahaan mempunyai hubungan yang kuat (erat) dan bersifat positif dengan kinerja manajerial. 3. Hasil penelitian menunjukan bahwa variasi naik turunnya kinerja manajerial pada PT. Pegadaian (Persero) Kanwil V Manado sangat dipengaruhi oleh *Total Quality Management* (TQM) yang diterapkan oleh perusahaan.

Penelitian yang dilakukan saat ini mendasarkan pada penelitian terdahulu sehingga terdapat perbedaan dan persamaan. Pada penelitian sebelumnya kebanyakan terfokus pada Pelanggan Internal, sedangkan penelitian saat ini lebih mengarahkan kepada pelanggan Internal maupun pelanggan eksternal,

serta secara garis besar dimensi dan indikator yang digunakan peneliti mengacu pada Bounds et al., dalam Hessel, (2003: 77) variabel (X) dan variabel (Y) mengacu pada jurnal Westbrook dan Oliver, (1981) berbeda dengan penelitian terdahulu serta objek penelitian, tempat dan waktu berbeda.

Dengan adanya perbaikan fasilitas serta pelayanan yang merupakan implementasi dari penerapan *Total Quality Management* (TQM) maka dapat dilihat perubahan kenaikan jumlah nasabah dari tahun ke tahun. Dari data yang diperoleh dari kepala cabang PT. Bank Pundi Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Pamanukan *unpublic*, pada tahun 2011 (terhitung mulai bulan September sampai Desember) masih dalam tahap pencarian nasabah, pada tahun 2012 (terhitung mulai bulan Januari sampai Desember) nasabah mencapai target yang telah ditetapkan, pada tahun 2013 (terhitung mulai bulan Januari sampai Desember) nasabah melebihi target yang telah ditetapkan, pada tahun 2014 (terhitung mulai bulan Januari sampai Desember) nasabah melebihi target yang telah ditetapkan, sedangkan pada tahun 2015 (terhitung mulai bulan Januari sampai Juli) nasabah tidak mencapai target dan terus menurun.

Peneliti tertarik untuk meneliti PT. Bank Pundi Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Pamanukan mengingat bahwa perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang masih baru berdiri selama 4 tahun atau dapat dikatakan belum lama berdiri yaitu pada bulan Agustus 2011 oleh karena itu Bank Pundi yang merupakan pesaing bagi perbankan yang memang sudah lama berdiri dituntut untuk terus meningkatkan pelayanan dan kualitas pada setiap produk maupun jasa.

Karena Pamanukan merupakan daerah yang berdekatan dengan Jalur Pantura, menurut Djoko Kirmanto yang merupakan Menteri Pekerjaan Umum Indonesia ke 24 yang di posting pada Tempo.Co jalur pantura merupakan salah satu jalur ekonomi yang sangat strategis di Indonesia, dengan perputaran ekonomi akan lebih cepat dan berpotensi besar bagi perkembangan pembangunan ekonomi, usaha kecil menengah.

KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

a. Kualitas

Menurut Garvin dan Davis, (1994) dalam Nasution, (2015: 2), kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.

(Berry dan Parasuraman dalam fitzsimmons, 1994) dalam Nasution, (2015: 4) berhasil mengidentifikasi lima kelompok karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas jasa sebagai berikut.

1. Berwujud (*Tangible*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
2. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan

terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

3. Ketanggapan (*Responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

4. Jaminan dan kepastian (*Assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*Communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

5. Empati (*Empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

b. Total Quality Management (TQM)

Menurut Ishikawa dalam pawira, (1993: 135) dalam Nasution, (2015: 17) Total Quality Management (TQM) merupakan sebagai perpaduan semua fungsi manajemen, semua bagian dari suatu perusahaan dan semua orang ke dalam falsafah holistik yang dibangun berdasarkan konsep kualitas, *teamwork*, produktifitas dan kepuasan pelanggan.

Pada dasarnya, konsep *Total Quality Management* (TQM) mengandung tiga unsur Bounds et al., dalam Hessel, (2003: 77) dalam Nasution, (2015: 23), yaitu.

1. Strategi nilai pelanggan

Nilai pelanggan adalah manfaat 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 karakteristik produk, cara penyampaian, pelayanan, dan sebagainya.

2. Sistem organisasional

Sistem organisasional berfokus pada penyediaan nilai bagi pelanggan. Sistem ini mencakup tenaga kerja, material, mesin, 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 perubahan selera pelanggan. Konsep ini menuntut adanya komitmen untuk melakukan pengujian kualitas produk secara kontinu, akan dapat memuaskan pelanggan.

c. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller, (2009: 138-139) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja yang di persepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka, jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi maka pelanggan akan tidak puas, jika kinerja sesuai dengan ekspektasi maka pelanggan puas, jika kinerja melebihi ekspektasi maka pelanggan akan sangat puas atau senang.

Ada dua dimensi yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, menurut Westbrook, Robert A dan Richard L dan Oliver, (1981) yang dikutip dalam

jurnal *Developing Better Measures of Consumer Satisfaction*, yaitu :

1. Rasa percaya

Rasa percaya yang kuat antara pelanggan terhadap perusahaan akan membuat pelanggan puas terhadap perusahaan yang akan menimbulkan penggunaan produk atau jasa secara terus menerus. Misalnya memahami perasaan pelanggan terhadap produk atau jasa dan kebutuhan akan produk atau jasa itu sendiri.

2. Rasa puas secara keseluruhan

Rasa puas pelanggan secara keseluruhan akan menjadi faktor yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggan misalnya keyakinan pelanggan dalam merasakan produk atau jasa, keputusan menggunakan produk atau jasa, pengalaman setelah menggunakan atau merasakan produk atau jasa dan apabila pelanggan merasa puas maka pelanggan tersebut akan melakukan pembelian ulang.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif, populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. Bank Pundi Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Pamanukan adalah 538 orang yaitu pelanggan eksternal dan 24 orang yaitu pelanggan internal jika di jumlah antara pelanggan eksternal maupun internal yaitu 562 orang atau pelanggan. Teknik pengambilan sampel digunakan adalah *purposive sampling*. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui kuisiонер, wawancara dan studi pustaka. Instrumen penelitian ini adalah menggunakan kuisiонер dengan skala likert. Sebelum kuisiонер digunakan, terlebih dahulu dilakukan

uji validitas dan uji reliabilitas. Kemudian teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana selanjutnya dilakukan uji hipotesis yaitu uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²) dan uji t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil

Berdasarkan jenis kelamin dapat diketahui bahwa dalam pembagian angket atau kuesiонер ini responden perempuan sebesar 57% dan responden laki-laki sebesar 43%. Berarti dalam pengisian angket atau kuisiонер ini lebih didominasi oleh kaum perempuan.

Berdasarkan usia kurang dari 20 tahun sebesar 5%, responden dengan usia 21-25 tahun sebesar 30%, responden dengan usia 26 - 30 tahun sebesar 34%, responden dengan usia 31 - 35 tahun sebesar 16%, responden dengan usia 36 - 40 tahun sebesar 8%, responden dengan usia lebih dari 41 tahun sebesar 7%, berarti responden masih produktif yaitu usia 21 – 25 tahun.

Berdasarkan pekerjaan menempati urutan pertama yaitu wiraswasta dengan jumlah 84%, posisi kedua yang ditempati oleh mahasiswa sebesar 7%, sedangkan di posisi ketiga ditempati oleh Pelajar sebesar 5% dan yang terakhir ditempati oleh karyawan sebesar 4%. Hal ini menunjukkan bahwa di daerah responden yaitu pamanukan lebih banyak membuka usaha sendiri.

Berdasarkan lama menjadi pelanggan 1 tahun sebesar 14%, responden dengan lama menjadi pelanggan 2 tahun sebesar 25%, responden dengan lama menjadi pelanggan 3 tahun sebesar 29%, dan responden

dengan lama menjadi pelanggan 4 tahun sebesar 32%.

b. Pembahasan

1) Bagaimana *Total Quality Management* (TQM) di PT. Bank Pundi Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Pamanukan.

Berdasarkan jumlah indikator secara keseluruhan dilihat dari 3 dimensi variabel (X) *Total Quality Management* (TQM) adalah 7465 dengan perhitungan (2628 + 2176 + 2661) jumlah tersebut termasuk kriteria nilai sangat baik. Dengan demikian apabila dihubungkan dengan skor yang terdapat pada bab III yang telah dibahas sebelumnya, maka rata-rata nilai tersebut termasuk kedalam kriteria nilai sangat baik, karena berada dikelas interval 7144 – 8504, atau mencapai > 84% maka, variabel X dinilai sangat baik.

2) Bagaimana Kepuasan Pelanggan di PT. Bank Pundi Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Pamanukan.

Berdasarkan jumlah indikator secara keseluruhan dilihat dari 2 dimensi variabel (Y) Kepuasan Pelanggan adalah 2188 dengan perhitungan (876 + 1312) jumlah tersebut termasuk kriteria nilai sangat baik. Dengan demikian apabila dihubungkan dengan skor yang terdapat pada bab III yang telah dibahas sebelumnya, maka rata-rata nilai tersebut termasuk kedalam kriteria nilai sangat baik, karena berada dikelas interval 2104 – 2504, atau mencapai > 84% maka, variabel Y dinilai sangat baik.

3) Bagaimana *Total Quality Management* (TQM) terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Bank Pundi Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Pamanukan.

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t) terhadap variabel independen

Total Quality Management (TQM) dan variabel dependen terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini menunjukkan besarnya nilai signifikansi < 0.05, lebih kecil dari $\alpha = 5\%$ yaitu sebesar 0,000 < 0,05 dan memiliki nilai thitung > ttabel dengan thitung sebesar 15,082 sementara pada ttabel sebesar 1,985, dan thitung bernilai baik sehingga H_0 ditolak, yang berarti variabel independen *Total Quality Management* (TQM) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan.

KESIMPULAN

a. Kesimpulan

1. *Total Quality Management* (TQM) pada PT. Bank Pundi Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Pamanukan dimata responden dinilai sangat baik, dapat dilihat dari hasil analisa mendapatkan penilaian yang sangat baik dari responden, ini terlihat dari nilai rata-rata *Total Quality Management* (TQM) yaitu sebesar 7465 yang berarti berada pada kelas interval 7144 – 8504, atau mencapai > 84% maka, variabel X dinilai sangat baik. Adapun indikator yang terendah pertama yaitu pelayanan dengan cepat tanggap memperoleh nilai 85%, kedua pelayanan yang diberikan memperoleh nilai 86%, dan yang terakhir terjalin kerjasama antar karyawan memperoleh nilai 86%.

2. Kepuasan Pelanggan pada PT. Bank Pundi Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Pamanukan dimata responden mendapatkan penilaian yang sangat

baik dari responden, ini terlihat dari nilai total keseluruhan variabel Kepuasan Pelanggan yaitu sebesar 2188 yang berarti berada pada kelas interval 2104 – 2504, atau mencapai > 84% maka, variabel Y dinilai sangat baik. Adapun indikator yang terendah

pertama yaitu keyakinan menggunakan produk memperoleh nilai 87%, kedua yaitu loyal dan menggunakan produk lain yang berbeda memperoleh nilai 87%, dan yang ketiga yaitu produk terbaik memperoleh nilai 87%.

3. Berdasarkan hasil penelitian hipotesis, nilai koefisien determinan yang ditunjukkan oleh angka Adjusted R-Square adalah sebesar 0,696. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Total Quality Management* (TQM) berpengaruh sebesar 69,6% terhadap Kepuasan Pelanggan yang tercermin dari tingkat probabilitasnya. Sedangkan 30,4% tingkat probabilitas dipengaruhi oleh variabel diluar model penelitian yang diujikan. Dengan demikian hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa *Total Quality Management* (TQM) sebagai variabel (X) berperan vital terhadap Kepuasan Pelanggan.

REFERENCES

Buku

- Nasution. 2015. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Edisi ketiga. Penerbit: Ghalia Indonesia, Bogor.
- Heizer dan Render. 2012. *Manajemen Operasi*. Buku pertama. Edisi 9. Penerbit: Salemba Empat. Jakarta
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 jilid Pertama. Penerbit: Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane. 2009. *Manajemen pemasaran*. Edisi 13 Jilid Pertama. Penerbit: Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane. 2009. *Manajemen pemasaran*. Edisi 13 Jilid Kedua. Penerbit: Erlangga. Jakarta.

Tjiptono, Fandy. 2003. *Total Quality Management (TQM)*. Edisi Kelima. Penerbit: Andi. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*, Edisi Pertama. Penerbit: Bayu Media Publishing. Malang.

Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Penerbit: Andi. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. Dan Gregorius. 2012. *Service, Quality and Satisfaction*. Edisi Ketiga. Penerbit: Andi. Yogyakarta.

Ghozali, Imam, 2012, *Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponogoro.

Sugiyono, 2012. *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Penerbit: Alfabeta. Bandung.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kombinasi*. Penerbit: Alfabeta. Bandung.

Sanusi. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Penerbit: Salemba Empat. Jakarta.

Skripsi

Melissa. 2009., "Pengaruh Penerapan Total Quality Management Terhadap Produktifitas Kerja Karyawan Giant Hypermarket Botani Square Bogor". Institut Pertanian Bogor.

Kurniawati, Amin (2010)., "Pengaruh Penerapan Total Quality Management (TQM) Terhadap Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pada Hotel Pondok Asri Tawangmangu". Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Jurnal

Salman D. Al-Shobaki, Rami H. Fouad, Adnan Al-Bashir (2010)., "The Implementation Of Total Quality Management (TQM) For The Banking Sector In Jordan". ISSN 1995-6665.

- Musra Munizu (2010)., "Praktik Total Quality Management (TQM) Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Telkom Tbk. Cabang Makassar". Universitas Hasanuddin.
- Chrisye N. Mononimbar (2013)., "Total Quality Management (TQM) Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pada PT. Taspen Manado". ISSN 2303-1174.
- Arie Restu Wardhani, Emma Budi Sulistiarini, Anang Efendi, (2013)., "Pengaruh Implementasi Program Total Quality Management Terhadap Kinerja Pegawai pada PLTA SIMAN". ISSN : 2302-0318.
- Reza Graha Yanuar A (2014)., "Pengaruh Implementasi Total Quality Management (TQM) Terhadap Kinerja Manajerial pada PT. PLN Area Pelayanan dan Jaringan Kota Malang". Universitas Brawijaya.
- Seiby Lowing, Jantje Tinangon, Stanley Walandouw (2014)., "Total Quality Management (TQM) Pengaruhnya Terhadap Kinerja Manajerial pada PT. Pegadaian (Persero) Kanwil V Manado". ISSN 2303-1174.
- Yuliani. 2008., "Pengaruh penerapan Total Quality Manajemen (TQM) terhadap return on assets pada perusahaan manufaktur di Surakarta dan sekitarnya". Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Florentina. 2009., "Pengaruh Penerapan Total Quality Management (TQM) Pada Kinerja Manajerial Pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Wilayah Yogyakarta Dan Sekitarnya". Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Web
<http://www.acrwebsite.org/search/view-conference-proceedings.aspx?Id=9791>
<http://vitahafyan.blogspot.com/2011/12/konsep-total-quality-manajemen.html>
<http://e-journal.uajy.ac.id/6151/2/EA117734.pdf>.