

ANALISIS PENGARUH TOTAL *QUALITY* MANAGEMENT (TQM) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Studi Kasus di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang)

NOVALIA
NELLY ASTUTI
FERY PANJAITAN

Management Program
STIE-IBEK Bangka Belitung
Pangkalpinang, Indonesia
e.jurnal@stie-ibek.ac.id

Abstract-The purpose of this study is to know how the implementation of Total Quality Management as measured by Obsession towards quality, Teamwork, Education and training, Engagement and empowerment. This research method uses regression analysis with simultaneous and partial test, testing using help program spss version 22, with a total sample of 100 people. Research results show that : The Obsession towards quality has a significant relationship to customer satisfaction of 5,251. Teamwork has a significant relationship to customer satisfaction of 5,161. Education and training have a significant relationship to customer satisfaction of 5,437. Employees engagement and empowerment have a significant relationship to customer satisfaction of 0,431. Obsession towards quality, Teamwork, Education and training, Employees engagement and empowerment together towards customer satisfaction equal to 7,873. Based on the results of the study, the researcher concludes that customer satisfaction in Grand Mutiara Hotel Pangkalpinang can be improved through Total Quality Management.

Keywords : Obsession towards quality, Teamwork, Education and Training, Engagement and Empowerment and Customer Satisfaction.

I. PENDAHULUAN

Total Quality Management (TQM) berfokus pada pelanggan karena pada dasarnya kinerja perusahaan memang dapat dinilai dari berbagai aspek, keuangan maupun non keuangan. 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 produk berkualitas.

Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang merupakan sebuah hotel bintang tiga, yang beralamat di Jl. Yang Zubaidah, Kel. Kampung Bintang, Pangkalpinang Kepulauan Bangka Belitung, Indonesia. Hotel ini bertempat dipusat kota pangkalpinang yang letaknya sangat dekat dari pusat perbelanjaan Bangka trade center, ramayana pangkalpinang, bank mandiri, dan pusat oleh-oleh pangkalpinang Bangka lainnya. Hotel ini sudah dilengkapi dengan berbagai fasilitas untuk memastikan

tamu menghabiskan waktu dengan spesial. Keutamaan hotel ini menawarkan sebuah kolam renang outdoor, hotel mengoperasikan meja depan 24 jam dan menawarkan wifi gratis diloby dan restoran. Selain AC, kamar-kamar di Hotel Grand Mutiara juga menyediakan tv satelit, brankas, kulkas, lemari, meja dan area tempat duduk, kamar mandi dalamnya dilengkapi dengan perlengkapan mandi gratis dan fasilitas shower atau bathtub.

Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang hanya berjarak 10 menit berkendara dari museum timah Indonesia. Sementara untuk mencapai pantai pasir padi dan juga bandara depati amir dibutuhkan 15 menit berkendara. Pantai parai dan tanjung pesona dapat anda jangkau dalam 1 jam berkendara dari hotel. Staff hotel siap membantu anda mengatur antar jemput bandara dengan biaya tambahan, hotel ini juga menyediakan fasilitas karaoke dan layanan kamar.

Berikut hasil dari penelitian data pelanggan di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang yaitu:

TABEL 1.
Total jumlah pengunjung
Hotel Grand Mutiara Tahun 2017

Bulan	Jumlah kamar tersedia	Jumlah tempat tidur	Fasilitas yang digunakan	Masuk hari ini (check in)
Januari	40	40	151	304
Februari	40	40	131	241
Maret	40	40	346	668
April	40	40	456	894
Mei	40	40	477	956
Juni	40	40	373	730
Juli	40	40	511	1016
Agustus	40	40	504	998
September	40	40	570	1092
Oktober	40	40	626	1254
November	40	40	632	1200
Desember	40	40	487	984
Total				10.337

Sumber: Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang Tahun 2018

Hotel Grand Mutiara memang merupakan salah satu jenis usaha yang bergerak dibidang jasa penginapan, namun seiring banyaknya penginapan yang ada tentunya menumbuhkan persaingan antara hotel yang satu dengan hotel yang lain. Hal inilah yang menimbulkan Hotel Grand Mutiara bersaing harga dengan hotel lainnya, hal yang dapat ditempuh oleh pihak Hotel Grand mutiara adalah melakukan cara untuk mendapatkan pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang ada, bahkan dengan cara memperluas pangsa pasar mereka.

Ketika ketidakmampuan perusahaan dalam beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis yang cepat dapat menimbulkan ancaman bagi kelangsungan hidup perusahaan. Dengan adanya Total *Quality Management* (TQM) adalah untuk menciptakan kepuasan pelanggan, cara untuk dapat menciptakan kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan menambah fasilitas yang ada, meningkatkan kualitas produk dan pelayanan.

Dengan mengetahui kepuasan pelanggan pihak manajemen akan dapat dengan mudah untuk mengevaluasi kinerjanya, dan juga perlu melihat bagaimana pelayanan yang selama ini diberikan kepada pelanggan apakah sudah memberikan kepuasan bagi pelanggan. Mengingat pentingnya Total *Quality Management* atau TQM dalam memaksimalkan pelayanan dalam hal produk atau jasa.

Dalam hal tersebut ada beberapa dimensi Total Quality Management, meliputi antara lain: Obsesi terhadap kualitas, kerjasama tim (*teamwork*), pendidikan dan pelatihan, dan keterlibatan dan pemberdayaan karyawan, dari dimensi Total *Quality Management* diatas apakah ada dampak pengaruh Total *Quality Management* (TQM) terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang.

Penelitian ini digunakan dengan tujuan untuk memahami pengetahuan yang telah dipelajari oleh penulis, adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Obsesi terhadap kualitas terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kerjasama tim (*teamwork*) terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang.
3. Untuk mengetahui pengaruh Pendidikan dan pelatihan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang.
4. Untuk mengetahui pengaruh Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang.
5. Untuk mengetahui pengaruh Obsesi terhadap kualitas, Kerjasama tim (*teamwork*), Pendidikan dan pelatihan, Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang.

II. LANDASAN TEORI

Manajemen

Pengertian manajemen menurut Malayu S.P Hasibuan (2012) adalah sebagai berikut: "Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu".

Sedangkan menurut G.R. Terry (2010) menjelaskan bahwa "Manajemen merupakan suatu proses khas yang terdiri atas tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian untuk menentukan serta mencapai tujuan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya".

Berdasarkan definisi-definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa manajemen merupakan suatu ilmu, seni dan proses kegiatan yang dilakukan dalam upaya mencapai tujuan bersama dengan mengelola sumber daya manusia dan sumber daya lainnya secara optimal melalui kerjasama antar anggota organisasi.

Manajemen Sebagai Ilmu dan Seni

Manajemen berasal dari bahasa perancis kuno yaitu *management*, yang memiliki arti tercapainya suatu tujuan secara efektif dan efisien. Manajemen dipandang dari berbagai perspektif yang ada, mempunyai dasar yang kuat yang tidak terlepas dari perpaduan antara ilmu dan seni. Manajemen sebagai suatu seni, disini memandang bahwa didalam mencapai suatu tujuan diperlukan kerjasama dengan orang lain. Intinya bagaimana cara memerintahkan pada orang lain agar mau bekerja sama.

Pada hakekatnya kegiatan manusia pada umumnya adalah *managing* (mengatur) untuk mengatur disini diperlukan seni, bagaimana orang lain memerlukan pekerjaan untuk mencapai tujuan bersama, seni dalam manajemen yaitu, membentuk manusia menjadi lebih efektif, sehingga manajemen sebagai ilmu adalah melihat bagaimana manajemen dihubungkan dengan prinsip-prinsip manajemen dan telah diorganisasi menjadi teori. Dimana seorang manajer mempelajari terlebih dahulu tujuannya lalu diproses dengan menggunakan keahliannya.

Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)

Pengertian Manajemen sumber daya manusia menurut Malayu S.P Hasibuan (2012) adalah: "Manajemen Sumber Daya manusia adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat.

Total Quality Management

Konsep Total *Quality Management* (TQM) berasal dari tiga kata yaitu *total*, *quality*, dan *management*. Fokus utama dari Total *Quality Management* (TQM) adalah kualitas/mutu. Terkait dengan mutu sebagai fokus utama, ada beberapa definisi mengenai mutu. Berikut adalah

beberapa definisi mutu menurut para ahli dalam (Ismanto, 2009).

Kata selanjutnya adalah *total*, yang dalam bahasa Indonesia sering dipakai kata menyeluruh atau terpadu. Kata *total* (terpadu) dalam TQM menegaskan bahwa setiap orang yang berada dalam organisasi harus terlibat dalam upaya peningkatan secara terus menerus (Sallis, 2011).

Komponen-Komponen Total Quality Management (TQM)

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

1. Fokus pada pelanggan
2. Obsesi terhadap kualitas
3. Pendekatan ilmiah
4. Komitmen jangka panjang
5. Kerjasama tim (*teamwork*)
6. Perbaikan sistem secara berkesinambungan
7. Pendidikan dan pelatihan
8. Kebebasan yang terkendali
9. Kesatuan tujuan
10. Adanya keterlibatan dan pemberdayaan karyawan

Kepuasan pelanggan

Kata kepuasan (*satisfaction*), berasal dari bahasa Latin "*satis*" (artinya cukup baik, memadai) dan "*faction*" (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai "upaya pemenuhan sesuatu" atau "membuat sesuatu memadai".

Menurut Kotler & Keller (2009) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas dan senang.

Faktor-faktor Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Sementara menurut Zeithaml dan Bitner (2012), lima hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu:

a. *Product and Service Features*

Fitur dari produk dan jasa yang disampaikan kepada pelanggan menjadi aspek penting dalam menentukan persepsi atau penilaian pelanggan dalam menciptakan kepuasan pelanggan itu sendiri.

b. *Consumer Emotion*

Emosi yang dimaksud adalah suasana hati. Suasana hati pelanggan yang sedang gembira cenderung akan berpengaruh terhadap respon atau persepsi yang positif terhadap produk atau jasa yang

diberikan, sebaliknya suasana hati atau emosi pelanggan yang buruk, maka emosi tersebut akan membawa respon atau persepsi yang negatif terhadap produk atau jasa yang diberikan.

c. *Attribution For Service Success or Failure*

Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dapat menjadi lebih buruk atau lebih baik dari yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diberikan sesuai atau bahkan melampaui harapan pelanggan, maka dapat dikatakan pelayanan tersebut adalah pelayanan yang sukses, sebaliknya apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka dapat dikatakan bahwa proses pelayanan tersebut mengalami kegagalan. Dalam kesuksesan dan kegagalan penyampaian proses pelayanan tersebut, pelanggan akan mencari tahu penyebab dari kesuksesan atau kegagalan penyampaian pelayanan. Kegiatan pelanggan dalam mencari tahu penyebab suatu kesuksesan atau kegagalan inilah yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu barang dan jasa.

d. *Perception of Equity and Fairness*

Pelanggan yang membeli suatu produk atau jasa akan cenderung bertanya pada diri mereka sendiri: "Apakah saya telah dilayani secara adil dibandingkan dengan pelanggan yang lain? Apakah pelanggan lain mendapatkan harga yang lebih murah, atau pelayanan yang lebih baik? Apakah saya membayar harga yang layak untuk sebuah produk atau layanan jasa yang saya dapatkan?" Pemikiran pelanggan mengenai persamaan dan keadilan ini dapat mengubah persepsi pelanggan dalam tingkat kepuasannya terhadap suatu produk atau jasa.

e. *Other Consumer, Family Member, and Coworkers*

Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa dipengaruhi oleh ekspresi orang lain yang menceritakan kembali bagaimana mereka merasa puas atau tidak puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Hotel

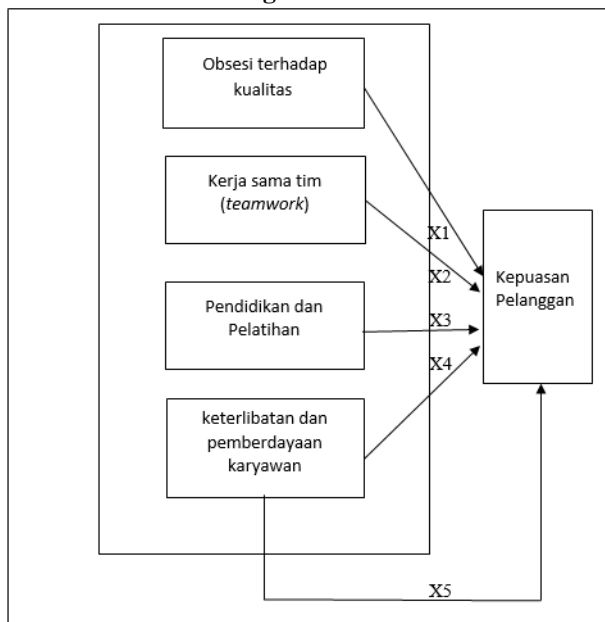
Hotel adalah suatu bentuk bangunan, lambang, perusahaan atau badan usaha akomodasi yang menyediakan pelayanan jasa penginapan, penyedia makanan dan minuman serta fasilitas jasa lainnya dimana semua pelayanan itu diperuntukan bagi masyarakat umum, baik mereka yang bermalam di hotel tersebut ataupun mereka yang hanya menggunakan fasilitas tertentu yang dimiliki hotel itu.

Menurut Sulastiyono (2011), hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus.

Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, penulis menggambarkan kerangka berpikir seperti gambar dibawah ini :

Gambar 1.
Kerangka Pemikiran



Sumber: Data diolah oleh peneliti

Keterangan:

- X1 : Obsesi terhadap kualitas
- X2 : Kerjasama tim (*teamwork*)
- X3 : Pendidikan dan pelatihan
- X4 : Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan
- Y : Kepuasan pelanggan

Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu pernyataan yang masih lemah kebenarannya dan perlu dibuktikan atau dugaan yang sifatnya masih sementara (Hasan, 2008). Hipotesis merupakan pernyataan peneliti mengenai hubungan antara variable yang mempengaruhi dengan variable yang dipengaruhi dalam penelitian, maka dalam penelitian ini dikemukakan hipotesis sebagai berikut:

1. H₀: Diduga tidak terdapat pengaruh obsesi serta kualitas terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang.
H₁: Diduga terdapat pengaruh obsesi serta kualitas terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang.
2. H₀: Diduga tidak terdapat pengaruh kerjasama tim (*teamwork*) terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang.
H₁: Diduga terdapat pengaruh kerjasama tim (*teamwork*) terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang.

3. H₀: Diduga tidak terdapat pengaruh pendidikan dan pelatihan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang.
H₁: Diduga terdapat pengaruh pendidikan dan pelatihan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang.
4. H₀: Diduga tidak terdapat pengaruh adanya keterlibatan dan pemberdayaan karyawan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang.
H₁: diduga terdapat pengaruh adanya keterlibatan dan pemberdayaan karyawan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang.
5. H₀: Diduga tidak terdapat pengaruh obsesi serta kualitas, kerjasama tim (*teamwork*), pendidikan dan pelatihan, adanya keterlibatan dan pemberdayaan karyawan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang.
H₁: Diduga terdapat Pengaruh obsesi serta kualitas, kerjasama tim (*teamwork*), pendidikan dan pelatihan, adanya keterlibatan dan pemberdayaan karyawan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Metode

Metode penelitian adalah suatu cara yang dipergunakan dalam sebuah penelitian untuk mencapai tujuan penelitian. Metode penelitian atau sering disebut juga metodologi penelitian adalah sebuah desain atau rancangan penelitian. Rancangan ini berisi rumusan tentang objek atau subjek yang akan diteliti, teknik-teknik pengumpulan data, prosedur pengumpulan dan analisis data berkenaan dengan fokus masalah tertentu. Metode penelitian (*research methods*) adalah “cara-cara yang digunakan oleh peneliti dalam merancang, melaksanakan, pengolahan data, dan menarik kesimpulan berkenaan dengan masalah penelitian tertentu”.

Populasi Penelitian

Populasi merupakan subyek penelitian. Menurut Sugiyono (2010) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah pelanggan di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang pada tahun 2017 yang berjumlah 10.337 orang.

Sampel Penelitian

Sampel menurut Sugiyono (2006) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini meliputi pelanggan

laki-laki maupun perempuan. Perhitungan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin maka perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N.d^2 + 1}$$

Keterangan :

d = Nilai Presisi 90% atau sig 10%

n = Ukuran Sample

N = Ukuran Populasi

$$n = \frac{N}{N.d^2 + 1}$$

$$\frac{10,337}{10,337 \cdot 0,01 + 1} = \frac{10,337}{0,11337} = 91,17 \text{ dibulatkan} = 100$$

Melihat penggunaan rumus diatas maka peneliti menggunakan sampel sebanyak 100 orang pelanggan di Hotel Grand MutiaraPangkalpinang. Arikunto (1996) menyatakan bahwa jika subjek kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitian merupakan penelitian populasi.

Dalam penelitian yang menjadi sasaran (*target population*) adalah pelanggan pada Hotel Grand MutiaraPangkalpinang yang berjumlah 100 orang sehingga jumlah populasi 10.337 orang langsung dijadikan sampel.

Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan cara memperolehnya, data terbagi atas:

1. Data primer
Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, data primer dapat berupa jawaban responden dari penyebaran kuesioner.
2. Data sekunder
Merupakan data yang diperoleh dari pihak lain berupa data olahan. Data sekunder ini dapat memperkuat data primer. Data sekunder ini bisa juga didapat dari data perusahaan, yaitu tentang data *quality management*, serta kepuasan pelanggan didalam memperkuat penelitian ini.

Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel bebas merupakan variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel terikat. Maka yang menjadi variabel bebasnya adalah variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), yang meliputi:

- a. Obsesi terhadap kualitas (X_1)
- b. Kerjasama tim (*teamwork*) (X_2)
- c. Pendidikan dan pelatihan (X_3)
- d. Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan (X_4)

Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat merupakan variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel bebas. Maka yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan pelanggan (Y).

Berdasarkan variabel-variabel penelitian tersebut, dapat dirumuskan dan dioperasionalkan variabelnya sebagai berikut:

1) Variabel

Obsesi terhadap kualitas (X_1) Goetsch dan Davis (dalam Nasution 2010)

Definisi

Dalam menerapkan Total Quality Management, pelanggan internal dan eksternal menentukan kualitas. Dengan kualitas yang ditetapkan hal ini berarti bahwa semua karyawan pada setiap level berusaha melaksanakan setiap aspek pekerjaannya berdasarkan perspektif, "Bagaimana kita dapat melakukannya dengan lebih baik?" bila suatu organisasi terobsesi dengan kualitas, maka berlaku prinsip '*good enough is never good enough*'.

Indikator

1. (*Tangibles*) Penataan ruang hotel, fasilitas kamar hotel, fasilitas area parkir, fasilitas hotel tambahan, dan fasilitas restaurant.
2. (*Reability*) Ketertiban pelayanan administrasi hotel kepada pengunjung, ketepatan waktu dalam memberikan fasilitas welcome drink, dan ketepatan jadwal makan pagi di restaurant.
3. (*Responsiveness*) Ketanggapan karyawan dalam menunjukan kamar hotel pada pelanggan dan ketanggapan karyawan dalam membantu barang bawaan.
4. (*Assurance*) Keramahan, kesopanan, dan kejujuran karyawan terhadap pelanggan yang menginap, kemampuan karyawan dalam berkomunikasi dengan pelanggan, ketenangan dan kenyamanan, dan keamanan terhadap kendaraan.
5. (*Emphaty*) Ketulusan karyawan dalam membawa barang bawaan, ketulusan karyawan saat membawakan makan pagi, dan kesabaran karyawan dalam memenuhi keinginan pelanggan.

2) Variabel

Kerjasama tim (*teamwork*) (X_2) Goetsch dan Davis (dalam Nasution 2010)

Definisi

Dalam organisasi yang dikelola secara tradisional sering kali diciptakan persaingan antar departemen yang ada dalam organisasi tersebut agar daya saingnya terdorong. Akan tetapi persaingan internal tersebut cenderung hanya menggunakan dan menghabiskan energi yang seharusnya dipusatkan pada upaya perbaikan kualitas, yang pada gilirannya

untuk meningkatkan daya saing perusahaan pada lingkungan eksternal.

Indikator

1. Kemampuan karyawan dalam memberikan informasi
2. Keceragaman jawaban yang diberikan oleh karyawan atas pertanyaan pelanggan
3. Kerjasama antar karyawan pada setiap divisi Menyediakan peralatan dan perlengkapan

3) Variabel

Pendidikan dan pelatihan (X_3) Goetsch dan davis (dalam Nasution 2010)

Definisi

Dalam organisasi yang menerapkan Total Quality Management, pendidikan dan pelatihan merupakan faktor yang fundamental. Setiap orang diharapkan dan didorong untuk terus belajar. Dalam hal ini berlaku prinsip bahwa belajar merupakan proses yang tidak ada akhirnya dan tidak mengenal batas usia. Dengan belajar setiap orang dalam perusahaan dapat meningkatkan keterampilan teknis dan keahlian profesionalnya.

Indikator

1. Kemampuandalammenguasaimateri-materi yang dibutuhkan
2. Kemampuandalammengertimetode-metode yang digunakan
3. Kemampuan instruktur pelatihan
4. Sarana atau prinsip-prinsip pembelajaran
5. Peserta pelatihan Evaluasi pelatihan

4) Variabel

Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan (X_4) Goetsch dan Davis (dalam Nasution 2010)

Definisi

Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan merupakan hal yang penting dalam Total Quality Management. Pemberdayaan bukan sekedar melibatkan karyawan, melainkan juga melibatkan mereka dengan memberikan pengaruh yang sungguh berarti. Usaha untuk melibatkan karyawan membawa dua manfaat utama, yaitu untuk meningkatkan perencanaan dan pengambilan keputusan, serta meningkatkan rasa memiliki dan tanggung jawab atas keputusan dengan melibatkan orang-orang yang harus melaksanakannya.

Indikator

1. Kepedulian terhadap peraturan perusahaan
2. Kepedulian karyawan dalam menjalankan tugas sesuai SOP (standart operational procedure) SOP
3. Kepedulian terhadap kebersihan lingkungan

4. Menjaga atau memelihara fasilitas hotel Kepedulian dalam menangani kerusakan fasilitas hotel

5) Variabel

Kepuasan pelanggan (Y) Kotler dan Amstrong (2010)

Definisi

Kepuasan pelanggan merupakan sejauh mana kinerja suatu produk cocok dengan apa yang diekspektasikan oleh pelanggan. Jika kinerja dari produk jauh dari harapan pelanggan, maka pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan yang diharapkan pelanggan, maka pelanggan akan puas. Jika kinerja yang didapat oleh pelanggan melebihi apa yang diharapkan oleh pelanggan, maka pelanggan akan sangat puas akan kembali untuk membeli dan memberi tahu kepada yang lain mengenai pengalaman baik yang dirasakannya. Sedangkan pelanggan yang tidak puas, akan membeli produk competitor

Indikator

1. Sistemkeluhan dan saran
2. Ghost shopping
3. Last customer analysis Survei kepuasan pelanggan (Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2018)

Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data (Observasi, kuesioner) berdasarkan prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik-teknik sebagai berikut:

1. Studi Lapangan/*Field research*,

Yaitu suatu studi pengumpulan data yang bertujuan untuk memperoleh informasi data dari objek lapangan. Antara lain:

- a. Observasi (pengamatan langsung), yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengamati kegiatan perusahaan atau organisasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.
- b. Kuesioner, yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data berupa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada responden terutama yang berhubungan dengan variabel-variabel yang diteliti.

2. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode yang digunakan untuk mencari teori-teori, konsep-konsep, serta penjelasan lainnyayang dapat dijadikan landasan teoritis bagi penelitian yang digunakan. Studi pustaka digunakan untuk memperoleh data sekunder.

Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini meliputi beberapa tahap, yaitu:

1. *Editing*, dari data yang telah dikumpulkan dilakukan pemilihan-pemilihan untuk menjaga data dan akurasinya.

2. *Coding* dan *scoring*, data yang telah diedit tersebut dilakukan pemberian kode dan skor sesuai dengan klasifikasi data yang telah ditentukan.
3. *Entry data*, yakni dari data yang telah diedit dan diberi kode dan skor tersebut dimasukkan kedalam program SPSS versi 22.

Teknik Analisis Data

Agar data yang dikumpulkan dapat dimanfaatkan, maka data tersebut diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga nantinya dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan. Adapun analisis yang digunakan sebagai berikut:

1) Analisis Data Kualitatif

Analisis data kualitatif adalah sebuah variabel yang tidak bisa diukur secara numerik tetapi bisa digolongkan dalam kategori. Data kualitatif ini merupakan data yang hanya dapat diukur secara langsung (Hakim, 2010). Fungsi memberikan penjelasan secara deskriptif terhadap hasil-hasil yang diperoleh dari analisis kuantitatif.

2) Analisis Data Kuantitatif

Analisis kuantitatif yaitu sebuah variabel yang bisa diukur secara numerik. Analisis kuantitatif menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik (Hakim, 2010). Metode ini digunakan untuk mengetahui hubungan variabel terikat (Y) dengan variabel bebas (X) serta mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat baik secara parsial maupun secara simultan (bersama-sama).

IV. PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Perhitungan validitas dengan teknik korelasi “*product moment*” diperoleh koefisien korelasi butir (*r*-hitung) untuk 22 butir instrumen (kuesioner) dengan sampel sebanyak 100 orang ($n = 100$ orang), dengan $\alpha = 0.05$ ($df = n - k - 1 = 100 - 1 - 1 = 98$ sehingga diperoleh nilai *r* tabel 0,197, artinya bila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir instrumen tersebut tidak *valid* dan apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir instrumen tersebut dapat digunakan (*valid*). Dari perhitungan statistik untuk masing-masing variabel, ternyata bahwa r_{hitung} yang diperoleh lebih besar dari r_{tabel} , sehingga dikatakan bahwa semua butir kuesioner berpredikat *valid*. nilai-nilai koefisien korelasi untuk uji validitas instrumen setiap variabel, disajikan sebagai berikut:

a) Obsesi terhadap kualitas (X_1)

Nilai koefisien korelasi dari hasil uji validitas untuk variabel obsesi terhadap kualitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

TABEL 2.
Rekapitulasi Nilai r Untuk Uji Validitas Instrumen Penelitian Obsesi Terhadap Kualitas (X_1)

Nomor Kuesioner	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,306	0,197	<i>Valid</i>
2	0,303	0,197	<i>Valid</i>
3	0,305	0,197	<i>Valid</i>
4	0,317	0,197	<i>Valid</i>
5	0,301	0,197	<i>Valid</i>

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan data yang tertera pada tabel 2 dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi untuk uji validitas instrumen variabel Obsesi terhadap kualitas (X_1) yang diperoleh rata-rata lebih besar dari r_{tabel} dan seluruh instrumen sebanyak 5 butir pernyataan dikatakan *valid*.

b) Kerjasama tim (*teamwork*) (X_2)

Nilai koefisien korelasi dari hasil uji validitas untuk variabel Kerjasama tim (*teamwork*) dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini :

TABEL 3.
Rekapitulasi Nilai r Untuk uji Validitas Instrumen Penelitian Kerjasam Tim (*teamwork*) (X_2)

Nomor Kuesioner	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,411	0,197	<i>Valid</i>
2	0,308	0,197	<i>Valid</i>
3	0,314	0,197	<i>Valid</i>
4	0,403	0,197	<i>Valid</i>

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan data yang tertera pada Tabel 3, dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi untuk uji validitas instrumen variabel Kerjasama tim (*teamwork*) (X_2) yang diperoleh rata-rata lebih besar dari r_{tabel} dan seluruh instrumen sebanyak 4 butir pernyataan dikatakan *valid*.

c) Pendidikan dan Pelatihan (X_3)

Nilai koefisien korelasi dari hasil uji validitas untuk variabel Pendidikan dan Pelatihan dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini.

TABEL 4.
Rekapitulasi Nilai r Untuk Uji Validitas Instrumen Penelitian Pendidikan dan Pelatihan (X_3)

Nomor Kuesioner	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,408	0,197	<i>Valid</i>
2	0,410	0,197	<i>Valid</i>
3	0,418	0,197	<i>Valid</i>
4	0,410	0,197	<i>Valid</i>

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan data yang tertera pada Tabel 4, dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi untuk uji validitas instrumen variabel Pendidikan dan

Pelatihan (X_3) yang diperoleh rata-rata lebih besar dari r_{tabel} dan seluruh instrumen sebanyak 4 butir pernyataan dikatakan *valid*.

- d) Keterlibatan dan Pemberdayaan Karyawan (X_4)
 Nilai koefisien korelasi dari hasil uji validitas untuk variabel Keterlibatan dan Pemberdayaan Karyawan dapat dilihat pada tabel 5 berikut ini

TABEL 5.
Rekapitulasi Nilai r Untuk Uji Validitas Instrumen Penelitian Keterlibatan dan Pemberdayaan Karyawan (X_4)

Nomor Kuesioner	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,430	0,197	<i>Valid</i>
2	0,351	0,197	<i>Valid</i>
3	0,412	0,197	<i>Valid</i>
4	0,416	0,197	<i>Valid</i>

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan data yang tertera pada Tabel V.7, dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi untuk uji validitas instrumen variabel Keterlibatan dan Pemberdayaan Karyawan (X_4) yang diperoleh rata-rata lebih besar dari r_{tabel} dan seluruh instrumen sebanyak 4 butir pernyataan dikatakan *valid*.

- e) Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)
 Nilai koefisien korelasi dari hasil uji validitas untuk variabel Kinerja Karyawan dapat dilihat pada tabel 6.

TABEL 6.
Rekapitulasi Nilai r Untuk Uji Validitas Instrumen Penelitian Kepuasan Pelanggan (Y)

Nomor Kuesioner	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,404	0,197	<i>Valid</i>
2	0,410	0,197	<i>Valid</i>
3	0,401	0,197	<i>Valid</i>
4	0,402	0,197	<i>Valid</i>
5	0,408	0,197	<i>Valid</i>

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan data yang tertera pada tabel 6, dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi untuk uji validitas instrumen variabel Kepuasan Pelanggan (Y) yang diperoleh rata-rata lebih besar dari r_{tabel} dan seluruh instrumen sebanyak 5 butir pernyataan dikatakan *valid*.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran yang merupakan salah satu ciri atau karakter utama instrument pengukuran yang baik. Perhitungan reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi SPSS 22 sehingga diperoleh nilai Koefisien Reliabilitas *Alpha Cronbach*, sebagai berikut:

TABEL 7.
Koefisien Reliabilitas

No.	VARIABEL	Koefisien Reliabilitas (<i>Alpha</i>)
1.	Obsesi terhadap kualitas (X_1)	0,829
2.	Kerjasama tim (<i>teamwork</i>) (X_2)	0,714
3.	Pendidikan dan pelatihan (X_3)	0,647
4	Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan (X_4)	0,726
5	Kepuasan pelanggan (Y)	0,704

Sumber: Data diolah peneliti

Hasil Koefisien Reliabilitas (*Alpha*) yang tertera pada tabel 7, dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan andal, artinya suatu instrumen yang dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data atau mengukur obyek yang telah ditetapkan karena instrumen tersebut sudah tergolong baik dimana koefisien reliabilitas *alpha* > dari *alpha correctit alpha item correlation* atau suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Imam Ghazali :2011).

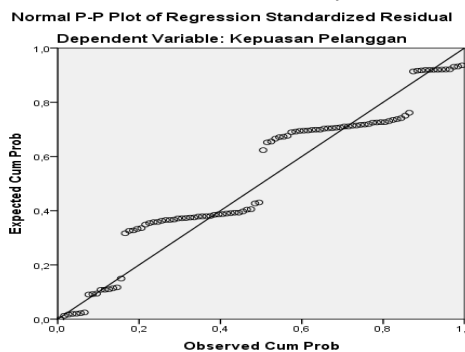
Pengujian Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda yang berbasis *ordinary least square* (Agusyana:2011).

1) Persyaratan Normalitas Data

Pengujian normalitas data, dilakukan dengan dua cara yaitu dibuat histogram untuk distribusi *standardized residual*, dan dibuat grafik *normal probability plot* pada setiap model. Untuk memperoleh hasil yang akurat, penghitungan dilakukan dengan program SPSS, hasilnya peneliti kemukakan sebagai berikut:

GAMBAR 2.
Normal Probability



Sumber : Data diolah peneliti

Pada Gambar 2 *normal probability* memperlihatkan bahwa sebaran data pada *chart* tersebut terdapat korelasi yang kuat antara *Expected Cumulative Probability* dengan *Observed Cumulative*

Probability, sehingga memenuhi persyaratan normalitas.

2) Pengujian Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas yang diuji benar-benar bebas, jika nilai VIF yang diperoleh < 10, maka dapat dikatakan bahwa tidak ada multicollinearity antara variabel bebas. Cara yang digunakan adalah dengan menghitung tolerance dan VIF. Berdasarkan perhitungan menggunakan SPSS 22 maka didapatkan hasil sebagai berikut :

TABEL 8. Koefisien Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Obsesi terhadap kualitas	0,949	1,053
	Kerjasama tim (teamwork)	0,979	1,021
	Pendidikan dan pelatihan	0,929	1,076
	Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan	0,902	1,109

Sumber: data diolah peneliti

Dari data tabel diatas hasil perhitungan nilai variance inflation factor (VIF) menunjukkan tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi.

Pengujian Regresi Berganda

Hasil perhitungan dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 22, diperoleh nilai persamaan regresi linear berganda antara variabel bebas X, yaitu Obsesi terhadap kualitas (X₁) kerjasama tim (teamwork) (X₂), Pendidikan dan Pelatihan (X₃), Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan (X₄) sedangkan variabel terikat yaitu nilai dari Kepuasan Pelanggan (Y). Untuk lebih jelasnya nilai-nilai dari koefisien masing-masing variabel dapat dilihat dalam tabel 9 berikut ini:

TABEL 9. Perhitungan Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	23,576	3658		6,444	,000
	Obsesi terhadap kualitas	,102	,098	,026	5,251	,002
	Kerjasama tim (teamwork)	,120	,125	,017	5,161	,002
	Pendidikan dan pelatihan	,210	,087	,046	5,437	,002
	Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan	,042	,098	,046	,431	,667

Sumber : Data diolah peneliti

Dari tabel koefisien tersebut di atas, maka nilai persamaan regresi berganda dapat dituliskan sebagai berikut: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$

$$Y = 23,576 + 0,102 X_1 + 0,120X_2 + 0,210X_3 + 0,42X_4$$

(0,000) (0,002) (0,002) (0,002) (0,667)

Angka-angka yang terdapat di dalam kurung merupakan besarnya nilai signifikan dari masing-masing variabel bebas dimana koefisien regresi < α (0,05) berarti berpengaruh signifikan. Variabel Obsesi terhadap kualitas (X₁), Kerjasama tim (teamwork) (X₂), Pendidikan dan pelatihan (X₃), Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan (X₄) nilainya adalah positif, yang menjelaskan bahwa hubungan tersebut searah dengan Kepuasan pelanggan (Y), apabila variabel-variabel bebas tersebut mengalami kenaikan, maka nilai variabel terikat juga akan mengalami kenaikan atau sebaliknya. Sedangkan nilai intersep dan nilai koefisien dari masing-masing variabel diantaranya Obsesi terhadap kualitas (X₁), Kerjasama tim (teamwork) (X₂), Pendidikan dan pelatihan (X₃), Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan (X₄), dan Kepuasan pelanggan (Y) dalam persamaan tersebut di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Intersep 23,576 menyatakan bahwa jika tidak ada variabel Obsesi terhadap kualitas (X₁), Kerjasama tim (teamwork) (X₂), Pendidikan dan pelatihan (X₃), Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan (X₄), maka Kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mutiara pangkalpinang adalah 23.576 satuan.
- 2) Untuk Obsesi terhadap kualitas (X₁): 0,102 artinya apabila variabel obsesi terhadap kualitas meningkat 1 satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,102 satuan.
- 3) Untuk Kerjasama tim (teamwork) (X₂): 0,120 artinya apabila variabel kerjasama tim (teamwork) meningkat 1 satuan maka akan meningkatkan Kepuasan sebesar pelanggan sebesar 0,120 satuan.
- 4) Untuk Pendidikan dan pelatihan (X₃): 0,210 artinya apabila variable pendidikan dan pelatihan meningkat 1 satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,210 satuan.
- 5) Untuk Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan (X₄): 0,042 artinya apabila variable keterlibatan dan pemberdayaan karyawan meningkat 1 satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,042 satuan.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Setelah dilakukan perhitungan melalui aplikasi SPSS versi 22 diperoleh koefisien determinasi (r-square) sebesar 0,651. Nilai ini dapat didefinisikan bahwa 65,1 % variabel Kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh Obsesi terhadap kualitas, kerjasama tim (teamwork), pendidikan dan pelatihan, keterlibatan dan pemberdayaan karyawan secara bersama-sama, sisanya 34,9 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

TABEL 10.
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,808 ^a	,651	,650	1,137	1,848

Sumber : Data diolah peneliti

Pengujian Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen (obsesi terhadap kualitas, kerjasama tim (*teamwork*), pendidikan dan pelatihan, keterlibatan dan pemberdayaan karyawan) secara parsial terhadap variabel dependen (Kepuasan pelanggan). Hal tersebut dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dibandingkan dengan nilai t_{tabel} . Kriteria pengambilan keputusan untuk uji t (uji parsial) adalah $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ jadi H_0 diterima dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ jadi H_0 ditolak (Priyatno, 2012).

TABEL 11.
Uji t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	23,576	3658		6,444	,000
Obsesi terhadap kualitas	,102	,098	,026	5,251	,002
Kerjasama tim (<i>teamwork</i>)	,120	,125	,017	5,161	,002
Pendidikan dan pelatihan	,210	,087	,046	5,437	,002
Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan	,042	,098	,046	,431	,667

Sumber : Data diolah peneliti

Hasil pengujian variable independen (Obsesi terhadap kualitas, kerjasama tim (*teamwork*), pendidikan dan pelatihan, keterlibatan dan pemberdayaan karyawan) terhadap variable dependen (kepuasan pelanggan) secara individual (parsial) yang dilakukan dengan uji t maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Uji t untuk hipotesis 1 (Pengaruh obsesi terhadap kualitas terhadap kepuasan pelanggan) adalah sebagai berikut:

Dari tabel diatas diperoleh persamaan regresi $Y = 23,576 + 0,102 X_1$ persamaan ini menjelaskan bahwa setiap peningkatan 1 satuan Obsesi terhadap kualitas akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,102 satuan.

Dari hasil perhitungan diperoleh t_{hitung} sebesar 5,251 sedangkan t_{tabel} dengan derajat bebas 98 pada $\alpha (0,05)$ sebesar 1,98447 Dengan demikian $t_{hitung} (5,251) > t_{tabel} (1,98447)$, sehingga jelas H_0 ditolak dan H_1 diterima atau jika melihat

nilai sign sebesar 0,002. Dengan demikian keputusannya jelas H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa Obsesi terhadap kualitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang. Pengujian uji t adalah pemahaman tentang hubungan kondisional secara parsial variabel Obsesi terhadap kualitas terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang. Substansinya, bila Obsesi terhadap kualitas yang diberikan Hotel Grand Mutiara sesuai dengan keinginan pelanggan maka kepuasan pelanggan yang dihasilkan akan meningkat.

Hasil pengujian ini membenarkan identifikasi awal peneliti bahwa Obsesi terhadap kualitas berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang, sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Goetsch dan davis (dalam Nasution 2010). Mengemukakan bahwa dalam penerapan Obsesi terhadap kualitas dalam organisasi.

Pelanggan internal dan eksternal menentukan kualitas, dengan kualitas yang ditetapkan hal ini berarti bahwa semua hal tersebut organisasi terobsesi untuk memenuhi atau melebihi apa yang telah ditentukan tersebut. Hal ini berarti bahwa semua karyawan pada setiap level atau setiap department berusaha melaksanakan setiap aspek pekerjaannya berdasarkan perspektif, guna menciptakan peningkatan kualitas, produktifitas, dan kinerja lain secara signifikan dalam perusahaan dan berorientasi pada Kepuasan pelanggan.

2. Uji t untuk Hipotesis 2 (Kerjasama tim (*teamwork*) adalah sebagai berikut:

Dari tabel diatas diperoleh persamaan regresi $Y = 23,576 + 0,120X_2$. Persamaan ini menjelaskan bahwa setiap peningkatan 1 satuan Kerjasama tim (*teamwork*) akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,120 satuan.

Dari hasil perhitungan, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,161 sedangkan t_{tabel} dengan derajat bebas 98 pada $\alpha (0,05)$ sebesar 1,98447. Dengan demikian $t_{hitung} (5,161) > t_{tabel} (1,98447)$, sehingga jelas H_0 ditolak dan H_1 diterima atau jika melihat nilai sign sebesar 0,002. Dengan demikian keputusannya jelas H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kerjasama tim (*teamwork*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel grand Mutiara pangkalpinang.

Pengujian uji t adalah pemahaman tentang hubungan kondisional secara parsial variabel kerjasama tim (*teamwork*) terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang.

Substansinya, bila kerjasama tim (*teamwork*) di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang sesuai dengan keinginan pelanggan maka tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan akan meningkat.

Hasil pengujian ini membenarkan identifikasi awal peneliti bahwa Kerjasama tim (*teamwork*) berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang, sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Goetsch dan Davis (dalam Nasution 2010). Mengemukakan dalam organisasi yang dikelola secara tradisional seringkali diciptakan persaingan antar department yang ada dalam organisasi yang pada gilirannya bertujuan untuk meningkatkan daya saing perusahaan pada lingkungan eksternal. Sebagai individu yang memiliki talenta dan kreatifitas yang khas. Dengan demikian, karyawan merupakan sumber daya organisasi yang paling bernilai, karna dalam setiap orang dalam organisasi diperlakukan dengan baik dan diberi kesempatan untuk terlibat dan berpartisipasi dalam sebuah tim, oleh karena itu segala aktifitas perusahaan harus dikordinasikan untuk memuaskan para pelanggan.

3. Uji t untuk Hipotesis 3 (Pendidikan dan pelatihan) adalah sebagai berikut:

Dari tabel diatas diperoleh persamaan regresi $Y = 23,576 + 0,210X_3$. Persamaan ini menjelaskan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pendidikan dan pelatihan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,210 satuan.

Dari hasil perhitungan, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,437 sedangkan t_{tabel} dengan derajat bebas 98 pada α (0.05) sebesar 1,98447. Dengan demikian t_{hitung} (5,437) > t_{tabel} (1,98447), sehingga jelas H_0 ditolak dan H_1 diterima atau jika melihat nilai sign sebesar 0,002. Dengan demikian keputusannya jelas H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa Pendidikan dan pelatihan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang.

Pengujian uji t adalah pemahaman tentang hubungan kondisional secara parsial variabel Pendidikan dan pelatihan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang. Substansinya, bila Pendidikan dan pelatihan di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang sesuai dengan keinginan pelanggan maka tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan akan meningkat.

Hasil pengujian ini membenarkan identifikasi awal peneliti bahwa Pendidikan dan pelatihan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang,

sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Goetsch dan Davis (dalam Nasution 2010). Menyatakan bahwa organisasi yang menerapkan Total Quality Management (TQM), pendidikan dan pelatihan merupakan faktor yang sangat penting karena setiap orang diharapkan dan didorong untuk terus belajar.

Dalam hal ini berlaku prinsip bahwa belajar merupakan proses yang tidak ada akhirnya dan tidak mengenal batas, dengan belajar setiap orang dalam perusahaan dapat meningkatkan keterampilan teknis dan keahlian profesionalnya.

4. Uji t untuk Hipotesis 4 (Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan) adalah sebagai berikut:

Dari tabel diatas diperoleh persamaan regresi $Y = 23,576 + 0,042X_4$. Persamaan ini menjelaskan bahwa setiap peningkatan 1 satuan keterlibatan dan pemberdayaan karyawan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,042 satuan.

Dari hasil perhitungan, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0,431 sedangkan t_{tabel} dengan derajat bebas 98 pada α (0.05) sebesar 1,98447. Dengan demikian t_{hitung} (0,431) < t_{tabel} (1,98447), sehingga jelas H_0 ditolak dan H_1 diterima atau jika melihat nilai sign sebesar 0,667. Dengan demikian keputusannya jelas H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang.

Pengujian uji t adalah pemahaman tentang hubungan kondisional secara parsial variabel keterlibatan dan pemberdayaan karyawan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang. Substansinya, bila Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang sesuai dengan keinginan pelanggan maka tingkat kepuasan yang dihasilkan akan meningkat.

Hasil pengujian ini membenarkan identifikasi awal peneliti bahwa Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang, sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Goetsch dan davis (dalam Nasution 2010). Mengemukakan Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan merupakan hal yang penting dalam Total Quality Management (TQM), karena pemberdayaan bukan sekedar melibatkan karyawan, melainkan juga melibatkan mereka dengan memberikan pengaruh yang sungguh berarti, yang akan membawa dua manfaat utama yaitu. Untuk meningkatkan perencanaan dan pengambilan keputusan dengan melibatkan orang-orang yang harus melaksanakannya.

5. Uji F (Simultan) untuk hipotesis 5

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama - sama terhadap variabel dependen. Pembuktian dilakukan dengan cara membandingkan F_{tabel} dengan nilai F_{hitung} . Kriteria pengambilan keputusan Uji F adalah $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ jadi H_0 diterima dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ jadi H_0 ditolak (Priyatno, 2012). Uji F dilakukan untuk menguji hipotesa ketiga, yaitu:

Ho: diduga tidak terdapat pengaruh obsesi terhadap kualitas, kerjasama tim (*teamwork*), pendidikan dan pelatihan, keterlibatan dan pemberdayaan karyawan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang.

Ha: diduga terdapat pengaruh obsesi terhadap kualitas, kerjasama tim (*teamwork*), pendidikan dan pelatihan, keterlibatan dan pemberdayaan karyawan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang.

Jika nilai sign < 0,05, maka keputusannya H_0 ditolak dan H_1 diterima atau dengan membandingkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka keputusannya H_0 ditolak dan H_1 diterima.

TABEL V.11
Uji F
ANOVA^b

Model	Sum of squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	40,722	4	10,180	7,873	,000 ^b
Residual	122,838	95	1,293		
Total	162,560	99			

- a. Dependent Variable : Kepuasan Pelanggan
- b. Predictors : (Constant), Obsesi terhadap kualitas, Kerjasama tim (*teamwork*), Pendidikan dan pelatihan, Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan

Sumber : Data diolah peneliti

Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan program SPSS Versi 22 diperoleh nilai F_{hitung} 7,873. Sedangkan harga kritis nilai F_{tabel} dengan derajat bebas pembilang 4 dan penyebut 95 pada α (0,05) sebesar 2,47. Dengan demikian F_{hitung} (7,873) > F_{tabel} (2,47), sehingga jelas H_0 ditolak dan H_1 diterima demikian juga jika menggunakan membandingkan nilai sign sebesar 0,00.

Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama Obsesi terhadap kualitas, Kerjasama tim (*teamwork*), Pendidikan dan pelatihan, Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang. Pengukuran uji F untuk mengetahui tentang hubungan kondisional variabel Obsesi terhadap kualitas, Kerjasama tim (*teamwork*), Pendidikan dan pelatihan, Keterlibatan dan pemberdayaan

karyawan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang. Dalam konteks ini, bila Obsesi terhadap kualitas, Kerjasama tim (*teamwork*), Pendidikan dan pelatihan, Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan yang diberikan baik maka kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang meningkat.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Total Quality Management Terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh signifikan variabel Obsesi terhadap kualitas kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang. Dari hasil perhitungan diperoleh t_{hitung} sebesar 5,251 sedangkan t_{tabel} dengan derajat bebas 98 pada α (0,05) sebesar 1,98447. Dengan demikian t_{hitung} (5,251) > t_{tabel} (1,98447), sehingga jelas H_0 ditolak dan H_1 diterima atau jika melihat nilai sign sebesar 0,002.
2. Terdapat pengaruh signifikan variabel Kerjasama tim (*teamwork*) terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang. Dari hasil perhitungan, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,161 sedangkan t_{tabel} dengan derajat bebas 98 pada α (0,05) sebesar 1,98447. Dengan demikian t_{hitung} (5,161) > t_{tabel} (1,98447), sehingga jelas H_0 ditolak dan H_1 diterima atau jika melihat nilai sign sebesar 0,002.
3. Terdapat pengaruh signifikan variabel Pendidikan dan pelatihan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang. Dari hasil perhitungan, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,437 sedangkan t_{tabel} dengan derajat bebas 98 pada α (0,05) sebesar 1,98447. Dengan demikian t_{hitung} (5,437) > t_{tabel} (1,98447), sehingga jelas H_0 ditolak dan H_1 diterima atau jika melihat nilai sign sebesar 0,002.
4. Terdapat pengaruh signifikan variabel Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang. Dari hasil perhitungan, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0,431 sedangkan t_{tabel} dengan derajat bebas 98 pada α (0,05) sebesar 1,98447. Dengan demikian t_{hitung} (0,431) > t_{tabel} (1,98447), sehingga jelas H_0 ditolak dan H_1 diterima atau jika melihat nilai sign sebesar 0,667.
5. Terdapat pengaruh signifikan variabel Obsesi terhadap kualitas, Kerjasama tim (*teamwork*), Pendidikan dan pelatihan, Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang. Hal ini terbukti dengan nilai F_{hitung} sebesar 7,873, sementara itu nilai F_{tabel} 2,47 dengan

demikian $F_{hitung} (7,873) > F_{tabel} (2,47)$ keputusannya jelas H_0 ditolak dan H_1 diterima

Saran

1. Untuk meningkatkan Obsesi terhadap kualitas semua karyawan harus lebih mempertahankan kualitas dalam pelayanannya kepada pelanggan dan pada setiap department harus berusaha melaksanakan setiap aspek-aspek pekerjaannya dengan baik. Sehingga para pengunjung hotel akan merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan dan akan kembali lagi untuk menginap di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang.
2. Dalam kerjasama tim (teamwork) sarannya agar lebih sedikit lagi untuk ditingkatkan demi mewujudkan kerjasama yang baik kepada pelanggan dan untuk menciptakan kemampuan para karyawan dalam melayani para pengunjung hotel, dengan cara memperbaiki daya saing perusahaan pada lingkungan eksternal sehingga para pelanggan pengunjung hotel merasa puas.
3. Untuk pendidikan dan pelatihan terutama untuk para karyawan Hotel grand Mutiara Pangkalpinang seharusnya disarankan untuk memberikan pendidikan dan pelatihan kepada karyawan hotel guna meningkatkan sumber daya manusia (SDM) dalam kualitas dan pelayanan yang ada di Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang.
4. Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan merupakan hal penting dalam perusahaan karena melibatkan semua karyawan yang ada dan bisa memberikan pengaruh dalam pelaksanaannya. Disarankan keterlibatan dan pemberdayaan karyawan yang sudah ada agar meningkatkan rasa tanggung jawab didalam pelaksanaan kegiatan-kegiatan yang ada seperti : kepedulian karyawan dalam menjalankan tugas sesuai standart operational procedure (SOP), kepedulian kebersihan lingkungan, menjaga dan memelihara fasilitas hotel dan kepedulian dalam kerusakan fasilitas hotel. Sehingga citra Hotel Grand Mutiara Pangkalpinang dinilai baik dimata para pengunjung hotel.

DAFTAR PUSTAKA

- 1] Agusyana & Islandsript. "Olah Data Skripsi dan Penelitian Dengan SPSS". 19. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2011.
- 2] Abdul, Hakim. "Statistika Deskriptif". Yogyakarta: Ekonisia, 2010.
- 3] Ali Hasan. "Marketing". Media Utama, Yogyakarta. 2008.
- 4] Hasibuan Malayu, "Manajemen Sumber Daya Manusia". PT Bumi Aksara. Jakarta: 2012.
- 5] Ismanto, Kuat. "Manajemen Syariah. Implementasi TQM dalam Lembaga keuangan Syariah". Pustaka Pelajar. Yogyakarta, 2009.

- 6] Kotler, P. & Amstrong, Garry. "Principles of Marketing" 13th Edition United States of America Pearson, 2010.
- 7] Kotler, Philip. 2009. "Manajemen Pemasaran". Jakarta: Erlangga
- 8] Nasution, M. Nur. "Manajemen Mutu Terpadu". Ghalia Indonesia. Bogor. 2010.
- 9] Sulastiyono Agus, "Manajemen Penyelenggaraan Hotel. Sari Manajemen Usaha Jasa". Sarana Pariwisata dan Akomodasi Alfabeta. CV., 2011.
- 10] Sugiyono, *Metode penelitian. Kuantitatif Kualitatif dan rmd*. Alfabeta. Bandung: 2010
- 11] _____, "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D". Alfabeta. Bandung, 2006.
- 12] Terry, George dan Leslie W. Rue. "Dasar-Dasar Manajemen". Cetakan kesebelas. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010.
- 13] Zeithaml & Bitner. "Service Marketing. Marketers". Edisi Desember 2012. Gramedia, 2003.