PENGARUH PENERAPAN TOTAL QUALITY MANAGEMENT (TQM) TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA PT. PLN (PERSERO) AREA KABUPATEN KUTAI TIMUR

SKRIPSI

Ditulis oleh :

Nama	:	Andika Rizky Bhaskara
Nomor Mahasiswa	:	14311440
Program Studi	:	Manajemen
Bidang Konsentrasi	:	Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2018

PENGARUH PENERAPAN TOTAL QUALITY MANAGEMENT (TQM) TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA PT. PLN (PERSERO) AREA KABUPATEN KUTAI TIMUR

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana strata-1 pada Jurusan Manajemen , Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Oleh :

Nama	:	Andika Rizky Bhaskara
Nomor Mahasiswa	:	14311440
Program Studi	:	Manajemen
Bidang Konsentrasi	:	Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2018

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama	: Andika Rizky Bhaskara
NIM	: 14311440
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Penerapan *Total Quality Management* (TQM) Terhadap Kualitas Pelayanan Pada PT. PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur.

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya, tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.

Yogyakarta, 9 Oktober 2018

Yang menyatakan,



Andika Rizky Bhaskara

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH PENERAPAN TOTAL QUALITY MANAGEMENT (TQM) TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA PT. PLN (PERSERO) AREA KABUPATEN KUTAI TIMUR

Oleh :

Nama	:	Andika Rizky Bhaskara
Nomor Mahasiswa	:	14311440
Program Studi	:	Manajemen
Bidang Konsentrasi	:	Operasional

Yogyakarta, 9 Oktober 2018

Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing



Dra. Siti Nurul Ngaini, MM.

IV

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

PENGARUH PENERAPAN TOTAL QUALITY MANAGEMENT (TQM) TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA PT. PLN (PERSERO) AREA KABUPATEN KUTAI TIMUR

Disusun Oleh : **ANDIKA RIZKY BHASKARA**

Nomor Mahasiswa : **14311440**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Selasa, tanggal: 13 November 2018

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Siti Nurul Ngaini, Dra., MM .....

Penguji : Zaenal Mustofa Elqodri, Dr., MM. .....

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

MOTTO

"Seseorang yang bertindak tanpa ilmu ibarat bepergian tanpa petunjuk. Dan sudah banyak yang tahu kalau orang seperti itu sekiranya akan hancur, bukan selamat"(Hasan Al Basri)

*"Ilmu pengetahuan itu bukanlah yang dihafal, melainkan yang memberi manfaat". (I*mam *Syafii)*

"Karunia Allah yang paling lengkap adalah kehidupan yang didasarkan pada ilmu pengetahuan".(Ali Bin Abi Thalib).

"Menyia-nyiakan waktu lebih buruk dari kematian. Karena kematian itu memisahkanmu dari dunia sementara menyia-nyiakan waktu memisahkanmu dari Allah".(Imam Bin Al Qayim).

ABSTRACT

THE EFFECT OF IMPLEMENTATION OF TOTAL QUALITY MANAGEMENT (TQM) ON THE QUALITY OF SERVICES IN PT. PLN (PERSERO) AREA OF KUTAI TIMUR REGENCY

By: Andika Rizky Bhaskara
NIM. 14311440

The purpose of this study was to find out: (1) The effect of applying Total Quality Management (TQM) variables consisting of customer focus, obsession with quality, team collaboration and long-term commitment have a significant effect on the service quality of PT. PLN Persero area of East Kutai Regency both simultaneously and partially (2) Among the variables of Total Quality Management (TQM) which consists of customer focus, obsession with quality, team collaboration and which long-term commitment, which has the most dominant influence on the quality of PT services . PLN Persero area of East Kutai Regency.

This research includes associative research or relationships using a quantitative approach. The population in this study is active customers of PT. PLN Persero Area Kutai Timur District in three sub-districts, namely North Sangata District, South Sangata and Pandan Bay. Sample determination techniques with certain considerations with a total sample of 150 people. Data collection techniques using a questionnaire that has been tested for validity and reliability, and the data analysis technique used is multiple linear regression.

The results showed that (1) there was a positive effect of 0.278 and a significant variable on customer focus on the service quality of PT. PLN Area of East Kutai Regency, evidenced by a significance value of 0.000 smaller than 0.05 (0.000 < 0.05). (2) there is a positive influence of 0.075 and a significant Obsession variable on the quality of service quality, as evidenced by a significance value of 0.037 smaller than 0.05 (0.037 < 0.05). (3) there is a positive effect of 0.125 and a significant variable on team quality on service quality, as evidenced by a significance value of 0.012 smaller than 0.05 (0.012 < 0.05). (4) there is a positive influence of 0.339 and a significant variable of long-term commitment, to the quality of service, evidenced by a significance value of 0.00 smaller than 0.05 (0.000 < 0.05). (5) There is a significant simultaneous effect of TQM on service quality as evidenced by a significance value of 0.00 < 0.05. (6) There is the most dominant influence of 0.339 variable long-term commitment to service quality with a significance value of 0.00 < 0.05.

Keywords: customer focus, obsession with quality, team collaboration, long-term commitment, service quality.

ABSTRAK

PENGARUH PENERAPAN *TOTAL QUALITY MANAGEMENT* (TQM) TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA PT. PLN (PERSERO) AREA KABUPATEN KUTAI TIMUR

Andika Rizky Bhaskara
NIM. 14311440

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) Pengaruh penerapan variabel-variabel *Total Quality Management*(TQM) yang terdiri dari Fokus pada pelanggan, Obsesi terhadap kualitas, Kerjasama tim dan Komitmen jangka Panjang berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan PT. PLN Persero area Kabupaten Kutai Timur baik secara simultan maupun parsial (2) Diantara variabel-variabel *Total Quality Management*(TQM) yang terdiri dari Fokus pada pelanggan, Obsesi terhadap kualitas, Kerjasama tim dan Komitmen jangka Panjang, manakah yang berpengaruh paling dominan terhadap kualitas pelayanan PT. PLN Persero area Kabupaten Kutai Timur.

Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif atau hubungan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan aktif PT. PLN Persero Area Kabupaten Kutai Timur pada tiga wilayah kecamatan yaitu Kecamatan Sangata Utara, Sangata Selatan dan Teluk Pandan. Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dengan jumlah sampel sebanyak 150 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah di uji validitas dan reliabilitasnya, dan teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) terdapat pengaruh positif sebesar 0,278 dan signifikan variabel Fokus pada pelanggan terhadap kualitas pelayanan PT.PLN Area Kabupaten Kutai Timur, dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05 (0.000 < 0.05). (2) terdapat pengaruh positif sebesar 0,075 dan signifikan variabel Obsesi terhadap kualitas terhadap kualitas pelayanan, dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0.037 lebih kecil dari 0.05 (0.037 < 0.05). (3) terdapat pengaruh positif sebesar 0,125 dan signifikan variabel kerjasama tim terhadap kualitas pelayanan, dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0.012 lebih kecil dari 0.05 (0.012 < 0.05). (4) terdapat pengaruh positif sebesar 0,339 dan signifikan variabel komitmen jangka panjang, terhadap kualitas pelayanan, dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil dari 0.05 (0.000 < 0,05). (5) Terdapat pengaruh signifikan secara simultan TQM terhadap kualitas pelayanan yang dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,00 < 0,05. (6)Terdapat pengaruh paling dominan sebesar 0,339 variabel komitmen jangka Panjang terhadap kualitas pelayanan dengan nilai signifikansi 0,00 < 0,05.

Kata Kunci : Fokus pada pelanggan, Obsesi terhadap kualitas, Kerjasama tim, Komitmen Jangka Panjang, kualitas pelayanan.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrahmatulahi Wabarakatuh,

Alhamdulillah, penulis memanjatkan puji syukur, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi yang berjudul "Pengaruh Penerapan *Total Quality Management* (TQM) terhadap kualitas pelayanan pada PT. PLN (Persero) area Kabupaten Kutai Timur dapat terselesaikan dengan baik.

Selama menyusun skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbgai pihak. Maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Jaka Sriyana, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Drs. Sutrisno, M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
4. Ibu Dra. Siti Nurul Ngaini, MM., selaku dosen pembimbing Tugas Akhir Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, terutama dosen-dosen program studi manajemen, yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis,
6. Seluruh karyawan dan staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

7. Ayah Beni Widarta, Mama Kastina, adikku Rizky, Tegar dan Putri, Nenek, Paman, Tante yang menjadi alasan utama atas selesai dan tuntasnya Tugas Akhir ini.
8. Sahabatku Kahfi dan Selfi terimakasih atas bantuan dan supportnya selama ini.
9. Teman-teman satu angkatan yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang sedang berjuang menyusun skripsi. Terus bersemangat, tuntaskan perjuanganmu.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari terdapat banyak kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan, baik dari isi maupun cara penyajiannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan tugas akhir. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua untuk kedepannya nanti .Amin.

Wassalamu'alaikum Warrahmatulahi Wabarakatuh.

Yogyakarta, 9 Oktober 2018

Penulis,

Andika Rizky Bhaskara

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan Skripsi i

Halaman Judul Skripsi ii

Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme iii

Halaman Pengesahan Skripsi iv

Halaman Pengesahan Ujian v

Halaman Motto vi

Abstrak vii

Kata Pengantar ix

Daftar Isi xi

Daftar Tabel xv

Daftar Gambar xvii

Daftar Lampiran xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang masalah 1

1.2. Rumusan Masalah penelitian 5

1.3. Tujuan Penelitian 5

1.4. Manfaat Penelitian 6

1.4.1 Manfaat secara teoritis 6

1.4.2 Manfaat secara praktis 6

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1. Hasil Penelitian terdahulu 7

2.2 Landasan Teori 10

2.2.1 Pengertian Total Quality Management …….. 10
2.2.2 Penerapan Total Quality Management …….. 14
2.3. Hipotesis penelitian 16
2.3.1 Hubungan Fokus pada pelanggan dengan kualitas pelayanan …….. 16
2.3.2 Hubungan Obsesi terhadap kualitas dengan kualitas pelayanan ……. 17
2.3.3 Hubungan Kerjasama tim dengan kualitas pelayanan ……..…. 18
2.3.4 Hubungan Komitmen Jangka Panjang dengan kualitas pelayanan …. 19
2.3.5 Hubungan Total Quality Management dengan kualitas pelayanan …. 19
2.4. Kerangka Pikir Penelitian 20

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian 21
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel 21
3.2.1 Variabel Penelitian 21
3.2.2 Definisi Operasional Variabel 22
3.3. Gambaran Populasi dan Sampel 25
3.3.1 Populasi 25
3.3.2 Sampel 25
3.4. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data 26
3.4.1 Jenis Data 26
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data 27
3.5. Metode Analisis Data 27
3.5.1 Analisis Deskriptif 27
3.5.2 Uji Instrumen Penelitian 28

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian 36
4.2. Hasil Penelitian 36
4.3. Analisis Deskriptif 36
4.3.1 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 37
4.3.2 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia ……..... 38

4.3.3 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan . 39

4.3.4 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan . 40

4.3.5 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Utama … 41

4.3.6 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Rata-rata 42

4.4. Uji Instrumen Penelitian 43

4.4.1 Hasil Uji Validitas ……..... 43

4.4.2 Uji Reliabilitas Angket ……..……..... 47

4.5. Deskripsi Kategori Variabel 48

4.5.1 Variabel Fokus pada pelanggan (X1) ……..... 49

4.5.2 Variabel Obsesi Terhadap Kualitas (X2) ……..……..... 50

4.5.3 Variabel Kerjasama Tim (X3) ……..…….…….….... 51

4.5.4 Variabel Komitmen Jangka Panjang (X4) …….…….….... 53

4.5.5 Variabel Kualitas Pelayanan (Y) …….……..…..... 54

4.6. Analisis Kuantitatif ……..... 55

4.6.1 Uji Asumsi Klasik …….……..……..…..... 55

1. Uji Normalitas …….……..……..…..... 55

2. Uji Multikolinieritas …….……..……..…..... 56

3. Uji Heteroskedastisitas …….……..…..... 57

4.6.2 Pengujian Hipotesis …….……..……..…..... 59

1. Analisis Regresi Linier Berganda …….……..……..…..... 59

2. Uji F …….…….……..……..…..... 61

3. Uji t …….…….……..……..…..... 63

4. Uji Korelasi Parsial ……..……..…..... 66

4. Koefisien Determinasi (R^2) ……..……..……..…..... 68

4.6.3 Pembahasan …….……..……..…..... 69

1. Pengaruh Fokus Pada Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan 69

2. Pengaruh Obsesi Terhadap Kualitas terhadap Kualitas Pelayanan … 69

3. Pengaruh Kerjasama Tim terhadap Kualitas Pelayanan …… 70

4. Pengaruh Komitmen Jangka Panjang terhadap Kualitas Pelayanan . 71

5. Pengaruh TQM secara simultan terhadap Kualitas Pelayanan …….. 72

6. Pengaruh Variabel Paling Dominan terhadap Kualitas Pelayanan ... 72

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan ……..... 74

5.2. Saran ……..……..... 74

DAFTAR PUSTAKA …..... 76

LAMPIRAN …..... 78

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin……..	37
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia……	38
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan…….	39
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan……..	40
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan…….……	41
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Rata-rata ……	42
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Fokus Pada Pelanggan…….…….	44
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Obsesi Terhadap Kualitas……..……	45
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Kerjasama Tim…….	46
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Komitmen Jangka Panjang…….……..	46
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan……	47
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas Variabel……	48
Tabel 4.13	Tabel Interval Penilaian …….	48

Tabel 4.14	Distribusi Jawaban Responden Tentang Fokus Pada Pelanggan (X1)…….……	49
Tabel 4.15	Distribusi Jawaban Responden Tentang Obsesi Terhadap Kualitas (X2)……..	50
Tabel 4.16	Distribusi Jawaban Responden Tentang Kerjasama Tim (X3)……..	52
Tabel 4.17	Distribusi Jawaban Responden Tentang Komitmen Jangka Panjang (X4)…….....	53
Tabel 4.18	Distribusi Jawaban Responden Tentang Kualitas Pelayanan (Y)……	54
Tabel 4.19	Hasil Uji Normalitas…….	56
Tabel 4.20	Nilai Variance Inflation Factor……..	57
Tabel 4.21	Hasil Uji Heteroskedastisitas Glesjer……	58
Tabel 4.22	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda……....	60
Tabel 4.23	Hasil Uji F….....	61
Tabel 4.24	Hasil Uji t	63
Tabel 4.25	Ringkasan Hasil Uji Hipotesis.....	65
Tabel 4.26	Hasil Uji Korelasi Parsial……	66
Tabel 4.27	Koefisien Determinasi…….	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pikir Penelitian……..	20
Gambar 4.1	Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin…..…	37
Gambar 4.2	Grafik Responden Berdasarkan Usia…….	38
Gambar 4.3	Grafik Responden Berdasarkan Status Perkawinan...	39
Gambar 4.4	Grafik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	40
Gambar 4.5	Grafik Responden Berdasarkan Pekerjaan…….	42
Gambar 4.6	Grafik Responden Berdasarkan Penghasilan Rata-rata	43

Gambar 2.1 K

Gambar 4.1 G

Gambar 4.2 G

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.

Lampiran 2 Rekapitulasi Karakteristik Responden

Lampiran 3 Uji Validitas X1 SPSS

Lampiran 4 Uji Validitas X2 SPSS

Lampiran 5 Uji Validitas X3 SPSS

Lampiran 6 Uji Validitas X4 SPSS

Lampiran 7 Uji Validitas Y SPSS

Lampiran 8 Uji Reliabilitas X1 SPSS

Lampiran 9 Uji Reliabilitas X2 SPSS

Lampiran 10 Uji Reliabilitas X3 SPSS

Lampiran 11 Uji Reliabilitas X4 SPSS

Lampiran 12 Uji Reliabilitas Y SPSS

Lampiran 13 Uji Normalitas SPSS

Lampiran 14 Uji Multikolinieritas SPSS

Lampiran 15 Uji Heteroskedastisitas SPSS

Lampiran 16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda SPSS

Lampiran 17 Hasil Uji F SPSS

Lampiran 18 Hasil Uji t SPSS

Lampiran 19 Hasil Uji Korelasi Parsial SPSS

Lampiran 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi SPSS

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Lingkungan kegiatan sebuah perusahaan bersifat sangat dinamis. Dewasa ini banyak kita temui tren perubahan di dalamnya. Kelangsungan hidup perusahaan sangat tergantung pada kemampuan untuk melakukan respon terhadap perubahan-perubahan tersebut secara efektif. Umumnya perubahan yang terjadi disebabkan oleh berbagai kekuatan yang ada, baik internal maupun eksternal.

Kekuatan internal dan eksternal mendorong perusahaan untuk melakukan perubahan dan mampu mengadopsi suatu strategi agar tetap mampu bersaing. Perubahan strategi akan menentukan arah tiap fungsi dari organisasi perusahaan. Kemampuan perusahaan menerapkan atau merubah strategi akan memberikan kompensasi atau memberi manfaat dari perubahan-perubahan yang pada akhirnya akan memberikan keberhasilan dan menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

Tjipto Atmoko (2011), Standar Operasional Prosedur (SOP) merupakan suatu pedoman atau acuan untuk melaksanakan tugas pekerjaan sesuai dengan fungsi dan alat penilaian kinerja instansi pemerintah berdasarkan indicator-indikator teknis, administratif dan prosedural sesuai tata kerja, prosedur kerja dan system kerja pada unit kerja yang bersangkutan.

Hasibuan (2001) berpendapat bahwa, “pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya, dimana pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerima”. Menurut Gronroos (2001), “pelayanan sebagai suatu aktifitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi

akibat adanya interaksi antara konsumen dan karyawan atau hal-hal yang disediakan organisasi pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan masyarakat yang dilayani". Bergin (1997) menyatakan bahwa tindakan terbaik yang perlu dilakukan oleh perusahaan penyedia jasa pelayanan adalah menggunakan umpan balik dari pelanggan atau calon pelanggan (*costumers feedback*) untuk mengendalikan perubahan organisasional.

Lewis dan Gilman (2005) mendefinisikan pelayanan publik sebagai berikut : Pelayanan publik adalah kepercayaan publik. Warga negara berharap pelayanan publik dapat melayani dengan kejujuran dan pengelolaan sumber penghasilan secara tepat dan dapat dipertanggungjawabkan kepada publik. Pelayanan publik yang adil dan dapat dipertanggungjawabkan akan menghasilkan kepercayaan publik.

Dalam mengupayakan dan menjadikan perusahaan yang unggul dan berdaya saing adalah dengan menghasilkan kualitas produk yang terbaik.Demikian halnya pada perusahaan jasa layanan, untuk menghasilkan kualitas produk jasa layanan yang terbaik diperlukan upaya perbaikan berkesinambungan terhadap kemampuan sumberdaya manusia, proses dan lingkungannya. Cara terbaik agar dapat memperbaiki kemampuan komponen-komponen tersebut secara berkelanjutan adalah dengan menerapkan *Total Quality Management (TQM).*

Total Quality Manajemen (TQM) merupakan suatu pendekatan dalam menjalankan usaha yang mencoba untuk memaksimumkan daya saing organisasi melalui perbaikan terus menerus atas produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungannya (Tjiptono dan Diana, 2001).*TQM* juga merupakan system manajemen yang mengangkat kualitas sebagai strategi usaha dan berorientasi pada kepuasan pelanggan dengan melibatkan seluruh anggota organisasi. *TQM* merupakan system manajemen yang berfokus pada orang/karyawan dan bertujuan

untuk terus menerus meningkatkan nilai yang diberikan pada pelanggan dengan biaya penciptaan nilai yang lebih rendah (Nasution, 2015).

Kehadiran *TQM* sebagai paradigma baru dalam pengelolaan manajemen perusahaan menuntut komitmen jangka Panjang dan perubahan total atas paradigma manajemen tradisional. Pemikiran akan perlunya penrapan *TQM* juga dikarenakan adanya kesalahan atau kekurangan dalam menjalankan usaha dengan menggunakan pendekatan tradisional. Beberapa kekurangan atau kesalahan tersebut antara lain : 1. Berfokus pada jangka pendek, 2. Tidak berfokus kepada pelanggan, 3. Memandang rendah kontribusi potensial karyawan, 4. Menganggap bahwa kualitas yang lebih baik hanya dapat dicapai dengan biaya yang lebih tinggi, 5. Mengutamakan bossmanship, bukan leadership (Tjiptono & Diana : 329).

Implementasi *TQM* membutuhkan suatu proses yang sistematis. Ada beberapa persyaratan dalam menerapkan *TQM*, meliputi komitmen dari manajemen puncak, adanya *steering committee* dari seluruh bagian perusahan, perencanaan dan publikasi serta pembentukan infrastruktur yang mendukung penyebarluasan dan perbaikan yang berkesinambungan.

Penerapan *TQM* dalam setiap aktifitas perusahaan merupakan bentuk strategi operasi supaya memiliki keunggulan kompetitif melalui peningkatan kualitas produk barang maupun jasa termasuk kualitas manajemen secara menyeluruh. Kualitas produk yang dimaksud meliputi input, proses hingga output yang dihasilkan perusahaan baik berupa barang maupun jasa.

Energi listrik merupakan instrumen penting bagi kehidupan. Hampir semua sektor memerlukan energi listrik. Demikian halnya di Indonesia, Dalam rangka usaha penyediaan energi listrik berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2009 tentang ketenagalistrikan, bahwa tenaga listrik mempunyai

peran yang sangat penting dan strategis dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional. Usaha penyediaan tenaga listrik dikuasai oleh negara, dalam hal ini dilakukan oleh PT. PLN (Persero) dan penyediaannya perlu terus ditingkatkan sejalan dengan perkembangan pembangunan agar tersedia tenaga listrik dalam jumlah cukup, merata dan bermutu.

PT. PLN (Persero) sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) merupakan salah satu Perusahaan Milik Negara yang berorientasi pelayanan kepentingan masyarakat umum. Bidang usaha PT. PLN meliputi produksi, transmisi maupun distribusi daya listrik termasuk seluruh pelayanan kepada pelanggan terkait penggunaan daya listrik guna meningkatkan kesejahteraan seluruh masyarakat konsumennya.

PT. PLN (Persero) sebagai BUMN dalam menjalankan usahanya diatur dan dikelola oleh Pemerintah karena menyangkut dengan hajat hidup masyarakat Indonesia sebagai pelanggannya. Badan Usaha Milik Negara ini diharapkan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia pada umumnya termasuk kalangan dunia industry, mampu memberikan pelayanan berkualitas serta dapat senantiasa mempertahankan citra Perusahaan yang baik dimata masyarakat.

PT. PLN (Persero) dalam menjalankan usahanya seringkali menghadapi berbagai kendala dan permasalahan baik permasalahan teknis produksi maupun pelayanan yang pada akhirnya berdampak pada konsumennya. Diantaranya belum dapat terpenuhinya kebutuhan pasokan listrik di daerah tertentu, masalah tegangan yang tidak stabil, pemadaman bergilir, permasalahan aduan tagihan listrik oleh konsumen dan lain-lain. Hal ini tentunya akan berdampak pada persepsi dan tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PLN.

Perencanaan strategi manajemen yang lebih baik perlu dilakukan dalam

rangka meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan. Oleh karena itu pengukuran terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) harus selalu dilakukan guna meminimalisasi permasalahan serta untuk dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan fenomena di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Penerapan *Total Quality Manajemen* (TQM) Terhadap Kualitas Pelayanan Pada PT. PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur".**

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian, maka yang menjadi pokok pemikiran dan pembahasan adalah sebagai berikut :

1. Apakah penerapan variabel-variabel *Total Quality Manajemen (TQM)* yang terdiri dari Fokus pada pelanggan, Obsesi terhadap kualitas, Kerjasama Tim, Komitmen jangka panjang, berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur baik secara simultan maupun secara parsial ?
2. Diantara variabel-variabel *Total Quality Manajemen (TQM)* yang terdiri dari Fokus pada pelanggan, Obsesi terhadap kualitas, Kerjasama Tim, Komitmen jangka panjang, variabel manakah yang berpengaruh paling dominan terhadap kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh penerapan variabel-variabel *Total Quality Manajemen (TQM)* yang terdiri dari Fokus pada pelanggan, Obsesi terhadap kualitas, Kerjasama Tim, Komitmen jangka panjang, berpengaruh signifikan

terhadap kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur baik secara simultan maupun secara parsial .

2. Untuk mengetahui pengaruh penerapan variabel-variabel *Total Quality Manajemen (TQM)* yang terdiri dari Fokus pada pelanggan, Obsesi terhadap kualitas, Kerjasama Tim, Komitmen jangka panjang, manakah yang berpengaruh paling dominan terhadap kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur .

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Secara Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna menjadi tambahan informasi bagi pihak-pihak yang menaruh perhatian pada *Total Quality Management* (TQM) serta pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan dan kepuasan konsumen. Sehingga dapat diperoleh gambaran yang jelas mengenai kesesuaian teori-teori yang diperoleh selama perkuliahan dengan praktek di dunia usaha.

1.4.2 Manfaat Secara Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan manajemen mengenai perlunya penerapan *Total Quality Manajement* dalam rangka mencapai kinerja perusahaan yang baik serta memiliki keunggulan bersaing serta mempertahankan kepuasan pelanggan.

b. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi untuk penelitian lebih lanjut mengenai pentingnya penerapan *Total Quality Manajement* .

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Dalam melaksanakan penelitian ini, penulis melakukan pengamatan dan mencermati beberapa hasil penelitian terdahulu yaitu:

Alfiano Patrik Kilis (2015), dalam jurnal penelitiannya yang berjudul "Penerapan Standar Operasional Prosedur Dalam Pelaksanaan Tugas Pemerintahan Kecamatan Malalayang Kota Manado" meneliti tentang Standar Operasional Prosedur (SOP) bias diartikan sebagai suatu petunjuk organisasi yang menetapkan suatu tindakan baku. SOP berisi petunjuk yang menjelaskan cara yang diharapkan dan diperlukan oleh pekerja/petugas dalam melakukan/menyelenggarakan perkerjaan mereka. Dalam pemerintahan, penerapan SOP merupakan sebuah keharusan dengan dikeluarkannya peraturan Menteri Pemerintahan dan Aparatur Negara Nomor 35 Tahun 2012. Dalam hal Pemerintah, SOP bermanfaat untuk membantu kinerja pemerintah untuk lebih efektif dan efisien dalam pelayanan masyarakat.

Mahour Mellat Parast (2006), dalam disertasinya berjudul *"The Effect Of Quality Management Practices On Operational And Business Results In The Petroleum Industry In Iran"* meneliti hubungan antara manajemen mutu konstruksi dan praktik manajemen mutu pada hasil operasional dan bisnis dalam industry minyak bumi di Iran. Instrumen survey yang tervalidasi digunakan untuk pengumpulan data dari 31 manajer proyek / konsultan di industry perminyakan Iran. Hasil analisis korelasi menunjukkan bahwa dukungan manajemen puncak adalah penggerak utama manajemen mutu, yang secara signifikan berkorelasi dngan praktik manajemen mutu lainnya. Juga ditemukan bahwa orientasi pelanggan tidak

berkorelasi secara signifikan dengan hasil kualitas eksternal. Analisis regresi menunjukkan bahwa dukungan Top manajemen, pelatihan karyawan, dan keterlibatan karyawan sebagai tiga variabel yang signifikan secara statistic dalam menjelaskan variabilitas dalam hasil kualitas internal. Sedangkan hasil kualitas internal secara signifikan menjelaskan variabilitas hasil kualitas eksternal.

Neena Sinha (2016) dalam jurnal penelitiannya berjudul "*Effect Of TQM Principles On Performance Of Indian SMEs : The Case Of Automotive Supply Chain*" meneliti tentang pengaruh prinsip-prinsip Total Quality Manajemen (TQM) pada kinerja organisasi dalam usaha kecil dan menengah (UKM) di sektor komponen otomotif India. Data survey yang dikumpulkan dari para kepala divisi kualitas pada 120 UKM komponen otomotif di India dan menggunakan analisis korelasi dan regresi untuk menguji hubungan antara prinsip-prinsip manajemen mutu dan kinerja organisasi. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa penerapan prinsip-prinsip TQM seperti "Pendekatan proses, Hubungan pemasok saling menguntungkan dan Pendekatan factual untuk pengambilan keputusan" memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UKM komponen otomotif India. Selain itu terdapat sejumlah implikasi manajerial khususnya untuk manajer kualitas di UKM komponen otomotif India. Manajer mutu perlu menyelaraskan proses dan sumberdaya berdasarkan pendekatan factual untuk pengambilan keputusan untuk mencapai kinerja organisasi yang lebih tinggi.

Dahlgaard, Kristensen, Kanji (2006), dalam penelitiannya berjudul "*Quality Costs And Total Quality Management*" meneliti tentang hubungan antara biaya kualitas dengan *Total Quality Management.* Hasil penelitiannya menyatakan bahwa biaya kualitas dalam Total Quality Management adalah salah satu aspek yang paling penting dari pengembangan system manajemen mutu. Dalam penelitian tersebut

model dari sistem manajemen mutu telah dikembangkan dengan menggabungkan biaya kualitas pada organisasi. Akhirnya untuk mengevaluasi system manajemen mutu, beberapa industry menggunakan metode tidak langsung mengukur biaya kualitas total untuk memperkirakan total biaya.

Like Puspita Rochma (2009), dalam penelitiannya yang berjudul "Analisis Pengaruh Implementasi *Total Quality Management* terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan di PT PLN (Persero) APJ Surakarta". Variabel independen (TQM) terdiri dari lima subvariabel yaitu fokus pada pelanggan, komitmen jangka panjang, perbaikan berkesinambungan, pendidikan dan pelatihan, serta keterlibatan dan pemberdayaan karyawan. Variabel dependennya adalah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Sampel penelitian ini adalah 150 orang responden yang terdiri dari karyawan dan pelanggan dengan *proportional random sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, pertama, TQM berpengaruh secara simultan terhadap kualitas pelayanan, tetapi secara parsial variabel komitmen jangka panjang dan keterlibatan dan pemberdayaan karyawan tidak memiliki pengaruh terhadap kualitas pelayanan. Kedua, TQM tidak berpengaruh baik secara simultan maupun secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Ketiga, kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, maka TQM berpengaruh secara tidak langsung terhadap kepuasan konsumen melalui kualitas pelayanan.

Fajri Ziha Rahman (2011), dalam penelitiannya yang berjudul "Penerapan *Total Quality Management* (TQM) serta pengaruhnya terhadap kinerja kualitas pelayanan islami dan kepuasan konsumen di rumah sakit islam Kendal". Menunjukan bahwa penerapan T*otal Quality Management* di Rumah Sakit Islam Kendal sudah "sangat baik". Hal ini ditunjukkan dalam menerapkan T*otal Quality*

Management di Rumah Sakit Islam Kendal yang didasarkan pada tiga pilar, yaitu pengembangan kualitas SDM, sarana prasarana dan manajemen. Terbukti dari hasil uji t diperoleh bahwa nilai t untuk variabel T*otal Quality Management* pada penghitungan variabel kinerja pelayanan islami (Y1) adalah 7,699 dan untuik nilai t hitung untuk variabel T*otal Quality Management* pada penghitungan variabel kepuasan konsumen (Y2) adalah sebesar 0,531 sedangkan nilai t tabel adalah 0,254 yang lebih kecil dibandingkan dengan t hitung pada penghitungan Y1 dan Y2. Artinya, terdapat pengaruh signifikan antara variabel T*otal Quality Management* (X) terhadap variabel kinerja pelayanan islami (Y1) dan kepuasan konsumen (Y2).

Chrisye N. Mononimbar (2013), dalam jurnalnya yang berjudul "*Total Quality Management (TQM),* Pengaruhnya terhadap kinerja kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pada PT.Taspen Manado". Model analisis yang digunakan adalah Analisis regresi linear sederhana. Dengan menggunakan Uji t dan Koefisien determinasi (R2). Dari hasil penelitian diketahui bahwa hasil analisis peningkatan T*otal Quality Management* menunjukan adanya pengaruh signifikan terhadap kinerja kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pada PT. Taspen Manado.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pengertian Total Quality Manajemen

Tjiptono dan Diana (2003) menyatakan bahwa *Total Quality Management (TQM)* merupakan suatu pendekatan dalam menjalankan usaha yang mencoba untuk memaksimumkan daya saing organisasi melalui perbaikan terus menerus atas dasar produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungannya.

Menurut Nursya'bani Purnama (2006), menyatakan bahwa TQM (T*otal Quality Management*) adalah sebagai suatu sistem yang dilaksanakan dalam jangka

panjang dan terus-menerus untuk memuaskan konsumen dengan meningkatkan kualitas produk perusahaan. Sasaran yang ingin dicapai dari peningkatan kualitas produk adalah kepuasan konsumen.

Vincent Gaspersz, 2003 Mendefinisikan *Total Quality Management (TQM)* sebagai suatu cara meningkatkan kinerja manajemen secara terus menerus pada setiap level operasi, dalam setiap area fungsional dari suatu organisasi, dengan menggunakan semua sumber daya manusia dan modal yang tersedia. .

Zulian Yamit (2005) menyatakan bahwa *Total Quality Management (TQM)* adalah sistem manajemen untuk meningkatkan kualitas menuju pencapaian keunggulan bersaing yang berorientasi pada kepuasan pelanggan dengan melibatkan seluruh anggota organisasi .

Total Quality Management (TQM) merupakan system manajemen yang berfokus pada semua orang/tenaga kerja, bertujuan untuk terus menerus meningkatkan nilai yang diberikan bagi pelanggan dengan biaya penciptaan nilai yang lebih rendah daripada nilai suatu produk. Penerapan *TQM* ini membutuhkan komitmen seluruh unsur organisasi / perusahaan terhadap perbaikan seluruh aspek manajemen sebuah organisasi/perusahaan.

Prinsip *TQM* merupakan suatu upaya perusahaan dalam melaksanakan system manajemen kualitas berkelas dunia. Untuk itu diperlukan perubahan besar dalam budaya dan sistem nilai dalam perusahaan.

Dari definisi TQM yang telah dibahas sebelumnya, yang membedakan TQM dengan pendekatan-pendekatan manajemen lainnya dalam menjalankan usaha adalah konsep bagaimana manajemen itu dijalankan. Menurut Goetsch dan Davis dalam Fandy Tjiptono & Anastasia Diana (2001) terdapat sepuluh unsur utama dalam TQM yaitu :

1. Fokus pada Pelanggan.

   Dalam TQM, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal merupakan *driver*. Pelanggan eksternal menentukan kualitas produk atau jasa sedangkan pelanggan internal berperan besar dalam menentukan kualitas manusia, proses dan lingkungan yang berhubungan dengan produk atau jasa tersebut.

2. Obsesi terhadap Kualitas.

   Dalam perusahaan atau organisasi yang menerapkan TQM, penentu akhir kualitas adalah pelanggan internal dan eksternal. Dengan kualitas yang ditetapkan tersebut, perusahaan harus terobsesi untuk memenuhi bahkan melebihi dari apa yang ditentukan tersebut. Hal ini berarti bahwa semua karyawan pada setiap level berusaha melaksanakan setiap aspek pekerjaannya berdasarkan perspektif "Bagaimana seharusnya kita dapat melakukannya dengan lebih baik ?".

3. Pendekatan Ilmiah.

   Pendekatan ilmiah diperlukan untuk mendesain pekerjaan dan dalam proses pengambilan keputusan serta pemecahan masalah. Dengan demikian diperlukan data untuk digunakan dalam menyusun patok duga, memantau prestasi dan melaksanakan perbaikan.

4. Komitmen Jangka Panjang

   Dengan menerapkan TQM berarti berkomitmen untuk melaksanakan budaya perusahaan yang baru. Komitmen jangka Panjang sangat penting guna mengadakan perubahan budaya agar penerapan TQM dapat berjalan dengan sukses.

5. Kerjasama Tim.

   Dalam organisasi atau perusahaan yang menerapkan TQM, kerjasama tim,

kemitraan dan hubungan dijalin dan dibina, baik antar karyawan perusahaan maupun dengan pemasok, Lembaga pemerintah dan masyarakat sekitar.

6. Perbaikan Sistem Secara Berkesinambungan.

   Setiap produk atau jasa yang dihasilkan, terjadi dengan melalui proses-proses tertentu di dalam suatu system. Oleh karena itu system yang ada perlu dievaluasi dan diperbaiki secara terus menerus agar kualitas yang dihasilkan dapat meningkat.

7. Pendidikan dan Pelatihan.

   Setiap orang diharapkan dan didorong untuk terus belajar. Dengan belajar, setiap orang dalam perusahaan dapat meningkatkan ketrampilan teknis dan keahlian profesionalnya.

8. Kebebasan yang Terkendali.

   Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan dalam pengambilan keputusan dan pemecahan masalah merupakan unsur penting. Hal ini dapat meningkatkan rasa memiliki dan tanggung jawab karyawan terhadap keputusan yang telah dibuat. Meskipun demikian, kebebasan yang timbul karena keterlibatan dan pemberdayaan tersebut merupakan hasil dari pengendalian yang terencana dan terlaksana dengan baik.

9. Kesatuan Tujuan.

   Setiap usaha dan upaya perbaikan harus diarahkan pada tujuan yang sama. Setiap perusahaan harus memiliki kesatuan tujuan.

10. Adanya keterlibatan dan Pemberdayaan Karyawan.

    Usaha untuk melibatkan karyawan akan membawa manfaat, meningkatkan kemungkinan dihasilkannya keputusan, rencana atau perbaikan yang efektif serta meningkatkan rasa tanggung jawab karyawan dalam pelaksaan perbaikan.

2.2.2 Penerapan Total Quality Manajemen

Dasar pemikiran perlunya penerapan *Total Quality Management* (TQM) sangatlah sederhana, yaitu bahwa cara terbaik agar mampu bersaing dan unggul dalam persaingan global adalah dengan menghasilkan kualitas yang terbaik. Untuk menghasilkan kualitas terbaik diperlukan upaya perbaikan berkesinambungan terhadap kemampuan manusia, proses dan lingkungan.

Penerapan TQM dalam manajemen perusahaan akan memberikan manfaat pada peningkatan laba serta daya saing perusahaan. Dengan melakukan perbaikan kualitas secara terus menerus maka perusahaan dapat meningkatkan labanya melalui rute pasar serta rute efisiensi biaya operasi perusahaan. Perusahaan dapat memperbaiki posisi persaingannya sehingga pangsa pasarnya semakin besar dan harga jualnya dapat lebih tinggi. Perusahaan juga dapat meningkatkan output yang bebas dari kerusakan melalui upaya perbaikan kualitas, hal ini berdampak pada efisiensi biaya operasi perusahaan.

Untuk menjamin keberhasilan dalam mengimplementasikan TQM, sebenarnya terdapat langkah-langkah yang harus dilakukan secara berurutan dan disiplin. Langkah-langkah tersebut adalah sebagai berikut : (1) Tanamkan satu falsafah kualitas. Dalam hal ini, manajemen dan karyawan harus sepenuhnya mengerti dan yakin mengapa organisasi akan mencapai *total quality*; (2) Manajemen harus membimbing dan menunjukkan kepemimpinan yang bermutu. Berdasarkan falsafah mutu yang diterima pada langkah pertama, manajemen puncak, terutama CEO (*chief executive officer*) harus mengambil inisiatif dalam menunjukkan kepemimpinan yang teguh dalam gerakan mutu; (3) Kalau perlu, adakan perubahan atau modifikasi terhadap sistem yang ada, agar kondusif dengan tujuan *total quality*. Sesudah menunjukkan kepemimpinan

mutu secara konsisten dan kontinyu kepada seluruh anggota organisasi, manajemen perlu meninjau kebijakan, sistem dan prosedur yang ada dalam organisasi; dan (4) Dididik, dilatih dan berdayakan seluruh karyawan. Dengan telah diciptakannya lingkungan kerja yang kondusif sebagai hasil langkah ketiga, seluruh anggota organisasi, termasuk para manajer, harus siap mengikuti program pendidikan dan pelatihan mengenai *total quality*. (Soewarso Hardjosoedarmo, 2002)

Menurut Oakland (dalam Nursya'bani Purnama 2006), Agar penerapan TQM memperoleh keberhasilan, perusahaan harus memiliki pedoman yang jelas dan terarah. Dalam penerapan TQM, perusahaan bisa mengacu pada atribut efisiensi yaitu: (1) *Commitment* (komitmen), komitmen untuk menyediakan produk atau layanan yang efisien dan menguntungkan harus ditunjukkan oleh manajemen dan perusahaan; (2) *Concistency* (konsisten), perusahaan harus menyediakan produk dengan kinerja yang konsisten, misalnya ketepatan spesifikasi, ketepatan jadwal, dan lain-lain; (3) *Competence* (kompetensi), perusahaan harus menyediakan pekerja dengan kemampuan atau kompetensi unggul untuk melaksanakan tugas-tugas atau pekerjaan yang diberikan, sehingga mendukung pencapaian sasaran perusahaan; (4) *Contact* (hubungan), perusahaan harus mampu menjalin hubungan baik dengan konsumen, karena tujuan perusahaan adalah menyediakan produk yang sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen; (5) *Communication* (komunikasi), perusahaan harus mampu menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen, agar spesifikasi produk yang diinginkan konsumen bisa diterjemahkan dengan baik oleh perusahaan; (6) *Credibility* (kredibilitas), perusahaan harus memperoleh kepercayaan dari konsumen dan juga harus mempercayai konsumen. Dengan adanya saling percaya, hubungan dan komunikasi akan terjalin dengan baik; (7) *Compassion* (perasaan), perusahaan harus memiliki

rasa simpati terhadap konsumen eksternal, terutama menyangkut kebutuhan dan harapan mereka, dan konsumen internal (pekerja) menyangkut hak pekerja; (8) *Courtesy* (kesopanan), perusahaan melalui para pekerja harus menunjukkan sikap sopan kepada konsumen, terutama bekerja yang langsung berhubungan dengan konsumen; (9) *Coorperation* (kerjasama), perusahaan harus bisa menciptakan iklim kerjasama yang baik, antar pekerja maupun antara perusahaan dengan konsumen; (10) *Capability* (kemampuan), perusahaan harus memiliki kemampuan untuk melakukan pengambilan keputusan dan melakukan tindakan yang berkaitan dengan penyedia produk atau layanan; (11) *Confidence* (kepercayaan), perusahaan harus memiliki rasa percaya diri bahwa perusahaan mampu menyediakan produk atau layanan sesuai kebutuhan dan harapan konsumen. Rasa percaya diri harus tertanam ke dalam seluruh pekerja; dan (12) *Criticism* (kritik), perusahaan harus bersedia menerima kritik dan masukan dari siapapun, baik dari pekerja maupun dari pihak eksternal.

2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan teori-teori yang telah dijelaskan sebelumnya, dalam penelitian ini penulis mencoba untuk menguji pengaruh Total Quality Management yang terdiri dari sub variabel : fokus pada pelanggan, obsesi terhadap kualitas, kerjasama tim, komitmen jangka panjang. Dengan demikian ditentukan hipotesis alternatif sebagai berikut :

2.3.1 Hubungan Fokus Pelanggan dengan Kualitas Pelayanan

Dalam *TQM*, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal merupakan *driver*. Pelanggan eksternal menentukan kualitas produk atau jasa yang disampaikan kepada mereka, sedangkan pelanggan internal berperan besar dalam menentukan kualitas tenaga kerja, proses, dan lingkungan yang berhubungan

dengan produk dan jasa. Fokus utama yang harus diberikan dalam transformasi dalam kualitas proses yang akan menjamin dihasilkan produk dan jasa pelayanan yang berkualitas. Faktor utama lain yang harus dilakukan untuk membentuk fokus kepada pelanggan adalah perusahaan harus menempatkan karyawan untuk berinteraksi secara langsung dengan pelanggan dan memberikan kebebasan kepada karyawan untuk melakukan tindakan yang diperlukan dalam rangka memuaskan pelanggan (Zulian Yamit, 2005: 79). Dengan menentukan fokus di dalam proses tersebut, termasuk kualitas dalam pelayanan, maka konsumen dapat merasakan adanya jaminan kualitas (*quality assurance*), dan sesuai etika serta dapat memuaskan pelanggan. Berdasarkan teori tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Diduga Fokus pada pelanggan berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan

2.3.2 Hubungan Obsesi Terhadap Kualitas dengan Kualitas Pelayanan

Dalam perusahaan yang menerapkan *TQM*, pelanggan internal dan eksternal menentukan kualitas. Dengan kualitas yang ditetapkan tersebut, perusahaan harus terobsesi untuk memenuhi atau melebihi apa yang telah ditentukan. Setiap karyawan akan berusaha secara agresif untuk mencapai kualitas terbaik demi memenuhi, bahkan melampaui harapan pelanggan dan tidak cepat puas akan kualitas tersebut.

Menurut Tjiptono dan Diana (2003:158) obsesi terhadap kualitas merupakan sikap dan komitmen perusahaan untuk tetap memberikan kualitas yang terbaik pada setiap produk atau jasa yang dilakukan hanya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan baik internal maupun eksternal. Itu berarti dalam setiap langkah yang dilakukan , perusahaan harus memiliki obsesi untuk memberikan

kualitas yang terbaik di setiap proses termasuk pada sistem pelayanan jasa untuk menjamin jasa pelayanan yang berkualitas. Berdasarkan teori tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2 : Diduga Obsesi terhadap kualitas berpengaruh posistif terhadap Kualitas pelayanan

2.3.3 Hubungan Kerjasama Tim dengan Kualitas Pelayanan

Implementasi kerjasama tim (*teamwork*) wajib dilakukan karena pada saat ini tekanan kompetisi bisnis semakin meningkat, para ahli menyatakan bahwa keberhasilan organisasi akan semakin bergantung pada *teamwork* daripada bergantung pada individu-individu yang menonjol. Konsep tim maknanya terletak pada ekspresi yang menggambarkan munculnya sinergi dari orang- orang yang mengikatkan diri dalam kelompok yang disebut dengan tim.

Dalam perusahaan yang menerapkan *TQM*, kerjasama tim, kemitraan, dan hubungan dijalin dan dibina, baik antar karyawan perusahaan maupun dengan pemasok, lembaga-lembaga pemerintah dan masyarakat sekitarnya, karena akan memberikan hasil yang lebih baik dibanding bekerja secara individu. Bekerja secara kelompok perlu diperkenalkan untuk mendorong moral karyawan, mengurangi konflik/pertengkaran dan untuk meningkatkan kualitas kelompok.

Tracy (2006) menyatakan bahwa *teamwork* merupakan kegiatan yang dikelola dan dilakukan sekelompok orang yang tergabung dalam satu organisasi. *Teamwork* dapat meningkatkan kerja sama dan komunikasi di dalam dan di antara bagian-bagian perusahaan. Biasanya *teamwork* beranggotakan orang- orang yang memiliki perbedaan keahlian sehingga dijadikan kekuatan dalam mencapai tujuan perusahaan.

Goetsch dan Davis (1994) menyatakan bahwa dalam organisasi yang

dikelola secara tradisional seringkali diciptakan persaingan antar departemen yang ada dalam organisasi tersebut agar daya saingnya terdongkrak. 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 eksternal. Sementara itu dalam organisasi perusahaan yang menerapkan TQM, kerja sama tim, kemitraan dan hubungan dijalin dan dibina baik antar karyawan maupun dengan lembaga-lembaga pemerintah, pemasok, dan masyarakat sekitarnya. Berdasarkan teori-teori di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H3 : Diduga Kerjasama tim berpengaruh positif terhadap Kualitas pelayanan

2.3.4 Hubungan Komitmen Jangka Panjang dengan Kualitas Pelayanan

Konsumen/pelanggan akan berkomitmen untuk tetap setia dan mau bekerjasama jika mereka merasa mendapatkan keuntungan dalam hubungan tersebut. Komitmen berperan dalam keputusan untuk tetap tinggal atau pergi. Penelitian Morgan and Hunt (1994) menyatakan bahwa komitmen akan mengurangikecenderungan untuk pergi sedangkan Thorsten (2000) menyatakan komitmen berpengaruh positif pada loyalitas konsumen. Berdasarkan teori dan penelitian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H4 : Diduga Komitmen Jangka Panjang berpengaruh positif terhadap Kualitas pelayanan

2.3.5 Hubungan Total Quality Manajemen dengan Kualitas Pelayanan

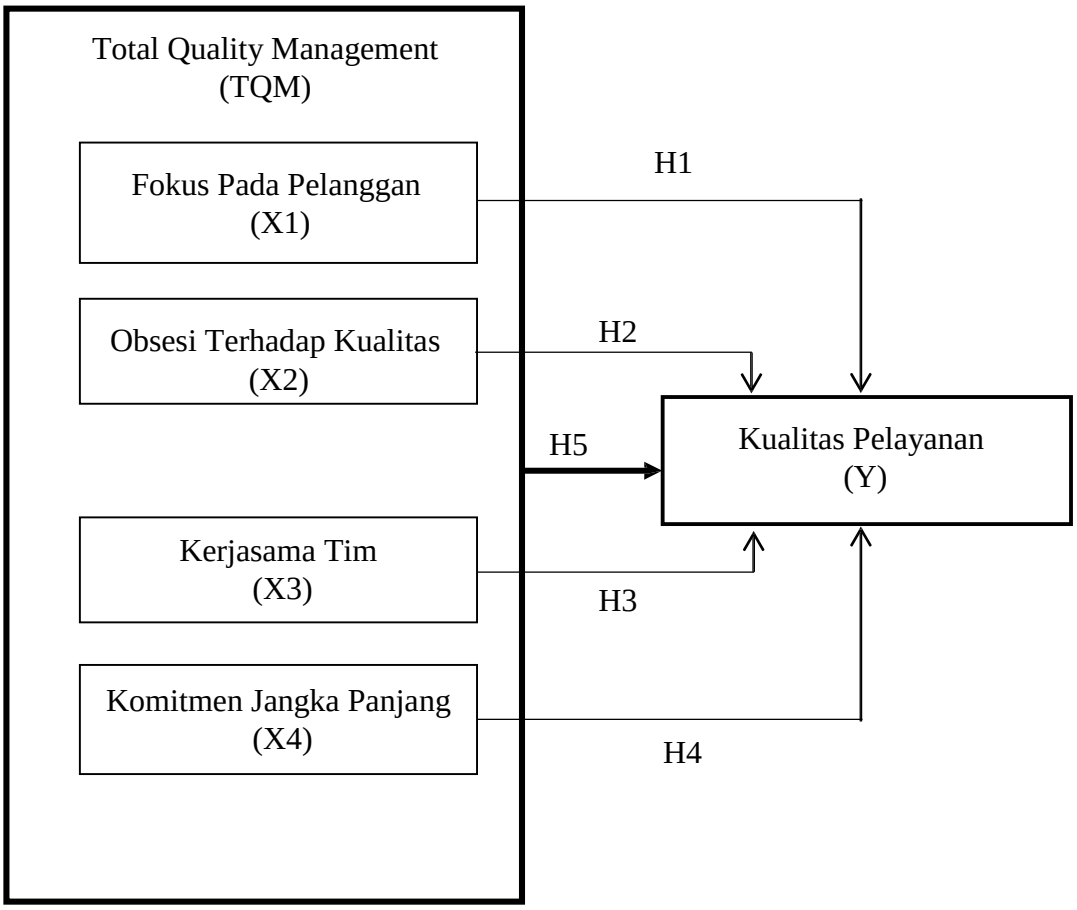
TQM adalah sistem manajemen untuk meningkatkan keseluruhan kualitas menuju pencapaian keunggulan bersaing yang berorientasi pada kepuasan pelanggan dengan melibatkan seluruhan (total) anggota organisasi" Zulian Yamit

(2004). Dalam prakteknya, TQM sangat berpengaruh terhadap kualitas pelayanan suatu perusahaan. Semakin meningkatnya TQM maka berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan. Berdasarkan teori di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H5 : Diduga T*otal Quality Management (TQM)* yang terdiri dari fokus pada pelanggan, obsesi terhadap kualitas, kerjasama tim *(teamwork),* dan komitmen jangka panjang berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan secara simultan.

2.4 Kerangka Pikir Penelitian

Untuk memberikan gambaran mengenai konsepsi pemikiran secara tepat mengenai fenomena penelitian berdasarkan teori-teori serta penelitian-penelitian sebelumnya., maka berikut ini dibentuk kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 2.1 : Kerangka Pikir Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan bulan Maret 2018 hingga September 2018, mengambil lokasi di wilayah Kabupaten Kutai Timur Propinsi Kalimantan Timur, dengan pelanggan PT. PLN (Persero) Area Sangatta sebagai obyek penelitian. Hal yang mendasari penulis memilih obyek penelitian tersebut adalah dengan pertimbangan bahwa penulis berdomisili di kota yang sama yaitu di Kota Sangata Kabupaten Kutai Timur, sehingga mempermudah dalam perolehan data serta efisiensi waktu penelitian, tenaga dan biaya yang digunakan.

3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.2.1 Variabel Penelitian

1. Variabel Independen

   Variabel Independen merupakan variabel bebas yang dapat mempengaruhi atau yang menjadi penyebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (variabel terikat), menurut Indriantono (2001) menjelaskan bahwa Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain. Variabel Independen dinotasikan sebagai variabel X. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Fokus pada pelanggan (X1), Obsesi terhadap kualitas (X2), Kerjasama tim (X3), dan Komitmen Jangka Panjang (X4).

2. Variabel Dependen

   Sugiyono (2007) mengartikan bahwa Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena

adanya variabel independen atau variabel bebas. Variabel dependen dinotasikan sebagai variabel Y. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan.

3.2.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator
Fokus Pada Pelanggan (X1). Pelanggan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pelanggan eksternal, yaitu orang atau pengunjung atau pemakai jasa PT. PLN (Persero) Area Kutai Timur, Pelanggan dapat menentukan apakah mereka puas terhadap pelayanan maupun kualitas produk dan jasa yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) Area Kutai Timur.	- Terpenuhinya Kebutuhan dan keinginan pelanggan - Terdapat umpan balik dari pelanggan - Terdapat upaya untuk mengidentifikasi dan mengatasi keluhan pelanggan - Pemanfaatkan informasi dari pelanggan dalam rangka perbaikan - Terdapat upaya mendekati pelanggan - Pemberian dukungan dan sumber daya kepada karyawan untuk memuaskan pelanggan. - Penyempurnaan

	produk/jasa dan proses secara terus menerus.
Obsesi terhadap kualitas (X2) Penentu akhir kualitas adalah pelanggan internal dan eksternal. Dengan kualitas yang ditetapkan tersebut, seluruh level karyawan maupun manajemen PT.PLN (Persero) Area Kutai Timur harus terobsesi untuk memenuhi bahkan melebihi dari apa yang ditentukan tersebut.	- Fungsi (*function*) - Karakteristik (*features*) - Kesesuaian (*conformance*) - Keandalan (*reliability*) - Servis (*serviceability*) - Estetika (*aesthetics*) - Persepsi - Biaya kualitas.
Kerjasama Tim (X3) Penerapan kerja sama tim *(teamwork)* pada PT. PLN (Persero) Area Kutai Timur dapat dilihat dari kekompakan karyawan dalam menjalankan tugas sesuai divisinya, juga keseragaman tindakan dan berbagai langkah sesuai standar yang ditetapkan dalam upaya melayani pelanggan,	- Menjaga konsistensi dan tingkat kinerja tim dalam organisasi. - Mengetahui dengan jelas peran dan fungsi tiap posisi dalam organisasi. - Menghindari kegagalan atau kesalahan, duplikasi dan tidak efisiensi.

Komitmen Jangka Panjang (X4) Kepercayaan atau keinginan dalam hubungan antara Pelanggan dengan PT. PLN (Persero) area Kutai Timur pada hubungan terus menerus untuk memelihara hubungan timbal balik yang saling membutuhkan.	- Rasa percaya Pelanggan terhadap PT.PLN - Pelanggan merasa mempunyai hubungan yang tinggi terhadap PT. PLN - Pelanggan merasa puas atas kualitas produk dan pelayanan PT. PLN - Pelanggan merasa bahwa PT. PLN mengerti akan yang dibutuhkan pelanggan. - Pelanggan merasa sangat membutuhkan PT. PLN dalam jangka Panjang.
Kualitas Pelayanan (Y) Bentuk penilaian pelanggan PT. PLN (Persero) Area Kutai Timur terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*).	- Bukti langsung (*tangible*) - Keandalan (*reliability*) - Daya tanggap (*responsiveness*) - Jaminan (*assurance*) - Empati (*empathy)*

3.3 Gambaran Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sugiyono (2012).

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT.PLN (Persero) Area Kutai Timur dan bersifat organisasi non bisnis yaitu rumah tangga yang berada di 3 kecamatan di wilayah Kutai Timur kota yaitu wilayah Sangatta Utara, Sangatta selatan, Teluk pandan yang tidak diketahui secara pasti jumlahnya. Untuk itu akan diambil sampel untuk penelitian ini.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil dengan metode tertentu dan juga memiliki karakeristik tertentu, jelas, dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Obyek atau nilai yang diteliti dalam sampel disebut unit sampel. Penelitian ini menggunakan sampel karena tidak dimungkinkan untuk meneliti semua pelanggan PT.PLN di Kabupaten Kutai Timur yang tidak diketahui secara pasti jumlahnya. Bila sampel dalam suatu penelitian terlalu besar akan menyulitkan peneliti dalam mendapatkan model penelitian yang cocok dan disarankan ukuran sampel yang sesuai berkisar antara 100-200 responden. Juga dijelaskan bahwa ukuran sampel minimum adalah sebanyak 5 observasi untuk setiap estimated parameter dan maksimal adalah 10 observasi dari setiap estimated parameter. Dalam penelitian ini, jumlah indikator

penelitian sebanyak 30 sehingga jumlah sampel adalah 5 kali jumlah indikator atau sebanyak 5 x 30 = 150. (Ferdinand, 2002). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik pengambilan *probability sampling* yaitu dengan Purposive Sampling dan Accidental Sampling :

1. Purposive Sampling , pada teknik pengambilan sampel ini sampel diambil dengan maksud atau tujuan tertentu. Seseorang atau sesuatu diambil sebagai sampel karena peneliti menganggap bahwa seseorang atau sesuatu tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitiannya (Mustafa, 2000). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang berumur lebih dari 18 tahun yang merupakan pelanggan dan pengguna PT. PLN area Kutai Timur minimal selama 3 tahun terakhir.
2. Accidental Sampling, dalam Teknik pengambilan sampel ini peneliti tidak mempunyai pertimbangan lain kecuali berdasarkan kemudahan saja. Seseorang diambil sebagai sampel karena kebetulan orang tadi ada di situ atau kebetulan si peneliti mengenal orang tersebut (Mustafa, 2000).

3.4 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis Data

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari responden. Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Dalam penelitian ini data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya melalui kuesioner maupun wawancara.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data penelitian yang dikumpulkan dari sumber yang telah

ada melalui media perantara misalnya catatan/dokumentasi perusahaan, publikasi, jurnal, hasil penelitian terdahulu maupun berbagai buku-buku literatur.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder dengan cara sebagai berikut :

a. Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan panduan kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan tertutup. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini diadaptasi dari penelitian yang dilakukan oleh Amin Kurniawati (2011).

b. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku, literatur, jurnal-jurnal, referensi dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

3.5 Metode Analisis Data

Ada dua metode analisis data, yaitu analisis deskriptif dan analisis statistika. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis statistika dengan model regresi dengan bantuan aplikasi SPSS.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis data penelitian merupakan bagian dari proses pengujian data setelah tahap pemilihan dan pengumpulan data penelitian. Statistik deskriptif Statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa

bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Indriantoro dan Supono (2009).

3.5.2 Uji Instrumen penelitian

Instrumen penelitian yang disusun sendiri oleh peneliti harus memenuhi persyaratan sebagai alat pengumpul data. Instrumen penelitian dikatakan memenuhi persyaratan sebagai alat pengumpul data apabila instrument tersebut valid dan reliabel. Oleh karena itu sebelum instrumen tersebut digunakan, harus dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut Ghozali (2005). Dengan kata lain, instrumen tersebut dapat mengukur variabel yang diinginkan oleh peneliti.

Sebuah instrumen penelitian dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan, dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Tingkat validitas dapat diukur dengan cara membandingkan nilai *hitung r (correlation item total correlation)* dengan nilai *tabel r* dengan ketentuan untuk *degree of freedom* (df) = n-2, dimana n adalah jumlah sampel. Bila : *r hitung* > *r tabel* , berarti pernyataan tersebut dinyatakan valid. Jika *r hitung* < *r tabel* , berarti pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang

mempunyai indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2005:41). Untuk mengetahui suatu alat ukur reliable atau tidak dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan Alpha *Cronbach* dengan

rumus sebagai berikut (Sugiono, 2005. 282) :

$$r_i = \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2}\right]$$

Keterangan:

r_i = *Alfa Cronbach*

$\sum S_i^2$ = mean kuadrat kesalahan

S_t^2 = varians total

k = mean kuadrat antara subyek

Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel jika memiliki koefisien keandalan(reliabel) sebesar 0.60 atau lebih.

c. Analisis Regresi Berganda

Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linear berganda (*Multiple Regression*). Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas/bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan/atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Ghozali (2005).

Untuk regresi yang variabel independennya terdiri atas dua atau lebih, regresinya disebut juga regresi berganda. Oleh karena variabel independen

dalam penelitian ini mempunyai variabel lebih dari dua, maka regresi dalam hal ini disebut regresi berganda.

Persamaan Regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen atau bebas yaitu unsur dalam *Total Quality Management* (X) yang terdiri dari Fokus pada pelanggan (X1), Obsesi Terhadap Kualitas (X2), Kerjasama Tim (X3) dan Komitmen Jangka Panjang (X4) terhadap Kualitas Pelayanan (Y). Bentuk umum persamaannya adalah sebagai berikut (Situmorang, 2010):

$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$

dimana:

Y = Kualitas Pelayanan
a = constanta
X_1 = Fokus pada pelanggan
X_2 = Obsesi terhadap kualitas
X_3 = Kerjasama Tim
X_4 = Komitmen Jangka Panjang
b = Koefisien regresi X
e = Error

d. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi yang diperoleh dapat menghasilkan estimator liner yang baik. Metode statistik yang digunakan adalah metode linear berganda. Sebelum metode ini digunakan perlu diuji terlebih dahulu apakah memenuhi asumsi klasik atau tidak. Uji asumsi klasik terdiri dari:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi

variabel pengganggu atau residualnya berdistribusi normal (Ghozali, 2006). Model regresi yang baik adalah berdistribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas. Dasar pengambilan keputusannya adalah (Ghozali, 2005) :

1. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi yang ditentukan terdapat korelasi antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak orthogonal. Variabel ortoghonal adalah variabel yang nilai korelasi antar variabel independen sama dengan nol. (Ghozali, 2005). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinieritas diantara variabel independen.

Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas dilakukan pemeriksaan terhadap nilai T*olerance value* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai-nilai tolerance value > 0,10 dan nilai VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas. (Ghozali, 2005).

3. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah pada model regresi

terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homokedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homokedastisitas atau tidak terjadi Heterokedastisitas (Ghozali,2005).Pengujian terhadap gejala heteroskedatisitas dilakukan dengan menggunakan model scatterplot dengan dasar pemikiran sebagai berikut :

1. Jika ada pola tertentu, dan titik (poin-poin) yang ada membentuk suatu pola yang beraturan (bergelombang kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik menyebar keatas dan dibawah nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

e. Uji Hipotesis

1. Uji *F* (serentak)

Uji hipotesis (*F*-test) bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen (Nugroho, 2005). Uji *F* digunakan untuk membuktikan hipotesis, adapun langkah-langkahnya yaitu:

a. Merumuskan hipotesis operasional, yaitu Ho dan Ha

Ho : Tidak Ada pengaruh penerapan *Total Quality Management* terhadap Kualitas pelayanan PT PLN Persero Area Kabupaten Kutai Timur secara simultan.

Ha : Ada pengaruh penerapan *Total Quality Management* terhadap

Kualitas pelayanan PT PLN Persero Area Kabupaten Kutai Timur secara simultan.

b. Menetapkan taraf signifikansi (α), yaitu α =5% atau 0,05

c. Membuat kesimpulan:

Jika p>α = Ho diterima dan Ha ditolak, artinya tidak ada pengaruh penerapan *Total Quality Management* terhadap Kualitas pelayanan PT PLN Persero Area Kabupaten Kutai Timur secara simultan.

Jika p≤α = Ho ditolak dan Ha diterima, artinya ada pengaruh penerapan *Total Quality Management* terhadap Kualitas pelayanan PT PLN Persero Area Kabupaten Kutai Timur secara simultan.

d. Melakukan perhitungan sesuai dengan pendekatan statistika yang dipergunakan, yaitu dengan menggunakan *analysis of variance* (ANOVA) pada program SPSS.

2. Uji *t* (parsial)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui taraf signifikansi pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. *t*-test bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. (Nugroho, 2005). Uji *t* digunakan untuk membuktikan hipotesis, adapun langkah-langkahnya yaitu:

1. Merumuskan hipotesis operasional, yaitu Ho dan Ha

Ho: Tidak Ada pengaruh penerapan *Total Quality Management* terhadap Kualitas pelayanan PT PLN Persero Area Kabupaten Kutai Timur secara parsial.

Ha: Ada pengaruh penerapan *Total Quality Management* terhadap Kualitas pelayanan PT PLN Persero Area Kabupaten Kutai Timur secara parsial.

2. Menetapkan taraf signifikansi (α), yaitu α=5% atau 0,05
3. Membuat kesimpulan:
   a. Jika p>α = Ho diterima dan Ha ditolak, artinya tidak ada pengaruh penerapan *Total Quality Management* terhadap Kualitas pelayanan PT PLN Persero Area Kabupaten Kutai Timur secara parsial.
   b. Jika p≤α = Ho ditolak dan Ha diterima, artinya ada pengaruh penerapan *Total Quality Management* terhadap Kualitas pelayanan PT PLN Persero Area Kabupaten Kutai Timur secara parsial.
4. Melakukan perhitungan sesuai dengan pendekatan statistika yang dipergunakan, yaitu dengan menggunakan *analysis of variance* (ANOVA) pada program SPSS.

f. Uji Korelasi parsial

Pengujian korelasi parsial (*Partial Correlation*) digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel dimana variabel lainnya yang dianggap berpengaruh dikendalikan atau dibuat tetap (sebagai variabel kontrol). Menurut Sugiyono (2007) pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut : 0,000 – 0,199 = Sangat rendah 0,200 – 0,399 = rendah 0,400 – 0,599 = sedang 0,600 – 0,799 = kuat 0,800 – 1 = sangat kuat.

g. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa kuat kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen (Ghozali,2005). Dalam penelitian ini menggunakan koefisien determinasi *Adjusted*-R^2. Koefisien determinasi *Adjusted*-R^2 menunjukkan persentase total variasi dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Nilai R^2 menunjukkan bahwa variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen. Sebaliknya jika nilai R^2 mendekati 0, maka variasi dari variabel dependen tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran umum obyek penelitian

PT. PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur merupakan salah satu cabang layanan PT. PLN yang beroperasi melayani kebutuhan listrik masyarakat di seluruh wilayah Kabupaten Kutai Timur di Propinsi Kalimantan Timur. Dalam penelitian ini mengkhususkan pada wilayah layanan di kota Sangata khususnya wilayah kecamatan Sangata Utara, Sangata selatan dan Teluk Pandan.

Penelitian ini menjelaskan pengaruh dari *Total Quality Manajemen (TQM)* (fokus pada pelanggan, obsesi terhadap kualitas, kerjasama tim dan komitmen jangka Panjang) baik secara parsial maupun simultan serta mencari unsur manakah yang paling dominan terhadap kualitas pelayanan PT. PLN area Kabupaten Kutai Timur.

4.2 Hasil penelitian

Data yang diperoleh merupakan data primer hasil kuesioner yang disebarkan kepada responden penelitian sejumlah 150 pelanggan PT. PLN (Persero) area Kabupaten Kutai Timur.

4.3 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif responden digunakan untuk memberikan gambaran tentang pelanggan, apakah dengan karakteristik pelanggan yang berbeda-beda mempunyai penilaian atau pendapat yang sama atau tidak. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai karakteristik responden adalah jenis kelamin, usia, status, Pendidikan terakhir, pekerjaan utama, dan penghasilan rata-rata tiap bulan yang meliputi hal-hal sebagai berikut :

4.3.1 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

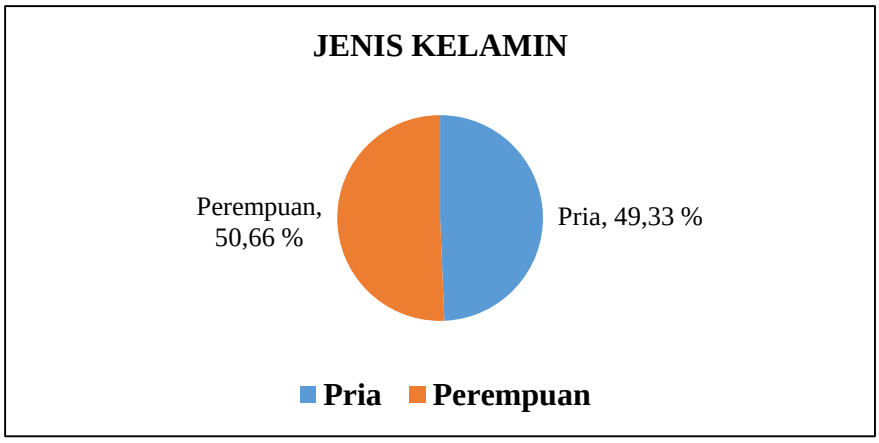
Berdasarkan kuisioner yang dikumpulkan dari 150 responden diperoleh data tentang jenis kelamin responden penelitian. Adapun secara lengkap deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	74	49,33%
Wanita	76	50,66%
Jumlah	150	100%

Sumber: Lampiran hasil olah data, 2018.

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa responden dibedakan menjadi dua kategori yaitu laki-laki dan perempuan. Pengumpulan data yang telah dilakukan menghasilkan data responden laki-laki sebanyak 74 orang atau 49,33% dan perempuan sebanyak 76 orang atau 50,66%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perbandingan jumlah reponden laki-laki dan responden perempuan dalam penelitian ini hampir seimbang.



Gambar 4. 1 Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Sumber: Data Primer 2018

4.3.2 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

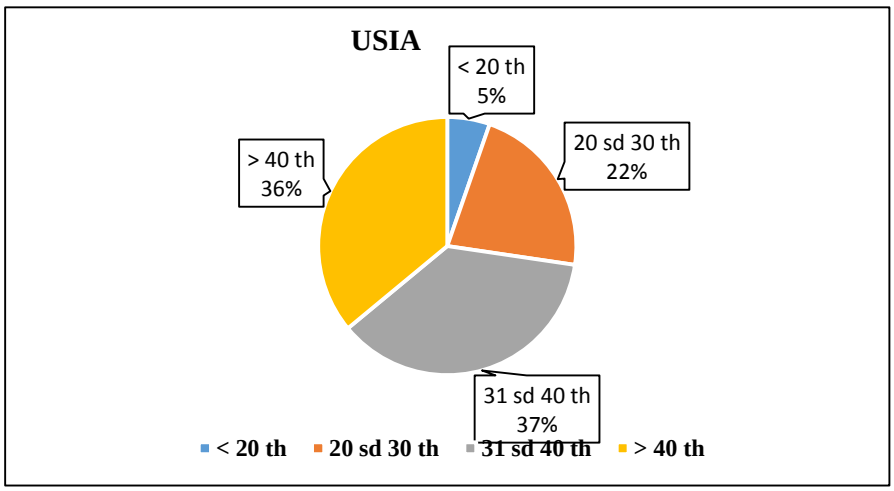
Berdasarkan kuisioner yang dikumpulkan dari 150 responden diperoleh data tentang usia responden penelitian. Adapun secara lengkap deskripsi responden berdasarkan usia ditunjukkan pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
Kurang dari 20 tahun	8	5,33%
20 - 30 tahun	33	22,0%
31 - 40 tahun	55	36,66%
Lebih dari 40 tahun	54	36,0%
Jumlah	150	100%

Sumber: Lampiran hasil olah data, 2018.

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden berusia 31 sampai 40 tahun dan usia diatas 40 tahun berada pada prosentase terbanyak disusul kelompok usia 20 sampai 30 tahun. Hal ini dikarenakan pada kelompok usia tersebut adalah merupakan kelompok usia dimana telah memenuhi persyaratan dan ketentuan sebagai pelanggan PT. PLN.



Gambar 4. 2 Grafik Responden Berdasarkan Usia
Sumber: Data Primer 2018

4.3.3 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan

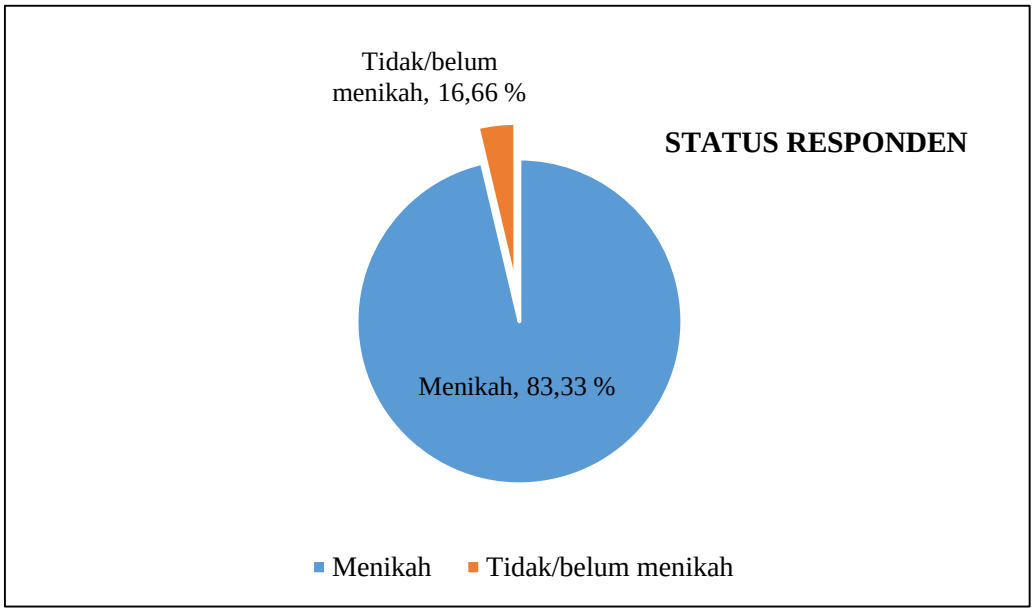
Berdasarkan kuisioner yang dikumpulkan dari 150 responden dapat diketahui data tentang status responden penelitian. Adapun secara lengkap deskripsi status responden ditunjukkan pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan

Status	Jumlah	Persentase
Menikah	125	83,33%
Tidak/belum menikah	25	16,66%
Jumlah	150	100%

Sumber: Lampiran hasil olah data, 2018.

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa mayoritas pelanggan PT. PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur sudah menikah yaitu sebanyak 125 orang (83,33%).



Gambar 4. 3 Grafik Responden Berdasarkan Status Perkawinan

Sumber: Data Primer 2018

4.3.4 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

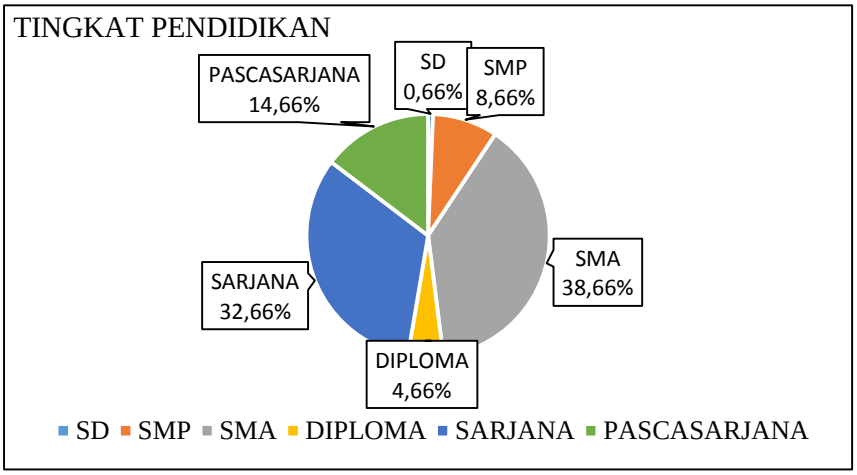
Berdasarkan kuisioner yang dikumpulkan dari 150 responden diperoleh data tentang tingkat pendidikan responden penelitian. Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat di lihat pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Prosentase
SD	1	0,66%
SMP	13	8,66%
SMA	58	38,66%
Diploma (D1/D2/D3)	7	4,66%
Sarjana (S1)	49	32,66%
Pasca Sarjana (S2/S3)	22	14,66
Jumlah	150	100%

Sumber: Lampiran hasil olah data, 2018.

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui dari 150 responden pelanggan PT. PLN (Persero) area Kabupaten Kutai Timur dengan jumlah terbanyak berdasarkan kelompok tingkat pendidikan adalah yang memiliki pendidikan SMA yaitu sebanyak 58 orang (38,66%) disusul tingkat pendidikan Sarjana (S1) sebanyak 49 orang (32,66%). Sedangkan pelanggan dengan tingkat pendidikan S2 berada pada urutan ketiga terbanyak yaitu 22 orang (14,66%).



Gambar 4. 4 Grafik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan
Sumber : data primer 2018

4.3.5 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan utama

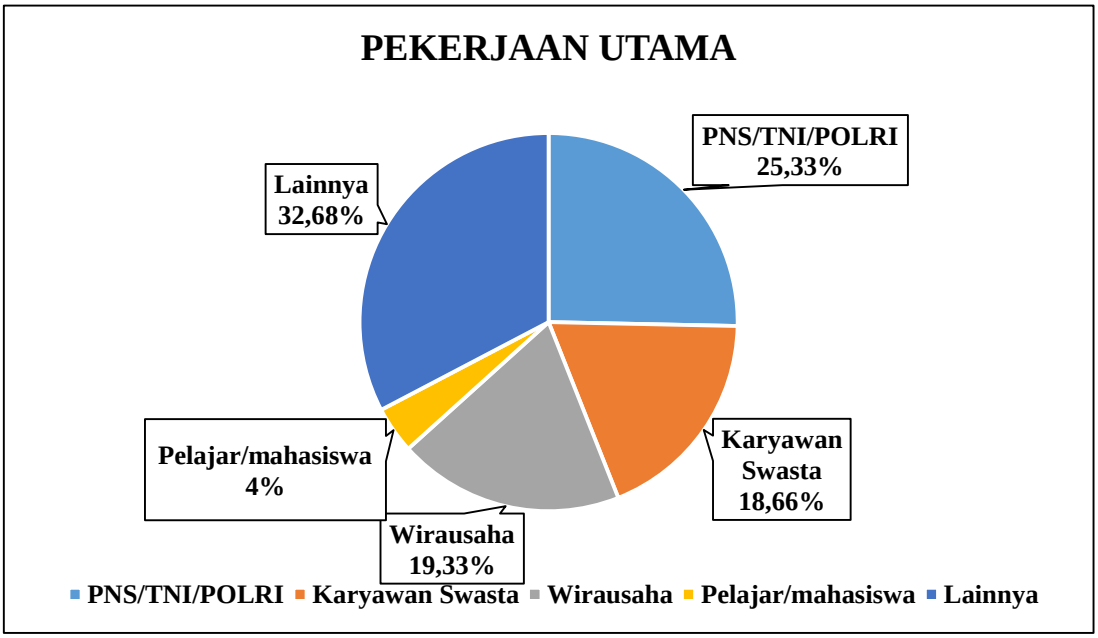
Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan/ profesi disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Prosentase
PNS/TNI/POLRI	38	25,33%
Karyawan Swasta	28	18,66%
Wiraswasta/Usahawan	29	19,33%
Pelajar/Mahasiswa	6	4,0%
Lainnya	49	32,68%
Jumlah	150	100%

Sumber: Lampiran hasil olah data, 2018.

Tabel di atas menunjukkan bahwa pekerjaan responden terdiri dari 5 kriteria. Kriteria pertama, responden yang bekerja sebagai PNS/TNI/POLRI sebanyak 38 orang (25,33%). Kriteria kedua, responden yang bekerja sebagai Karyawan Swasta sebanyak 28 orang (18,66%). Kriteria ketiga, responden yang berprofesi Wiraswasta/Wirausaha sebanyak 29 orang (19,33%). Kriteria keempat, responden yang menjadi pelajar/mahasiswa sebanyak 6 orang (4%) dan responden yang berprofesi lainnya misalnya, Ibu Rumah Tangga dan Profesional sebanyak 49 orang (32,68%). Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden bekerja profesi lainnya yaitu sebanyak 49 orang (32,68%).



Gambar 4.5. Grafik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Sumber: Data Primer 2018

4.3.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan rata-rata per bulan

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan penghasilan rata-rata per bulan disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.6

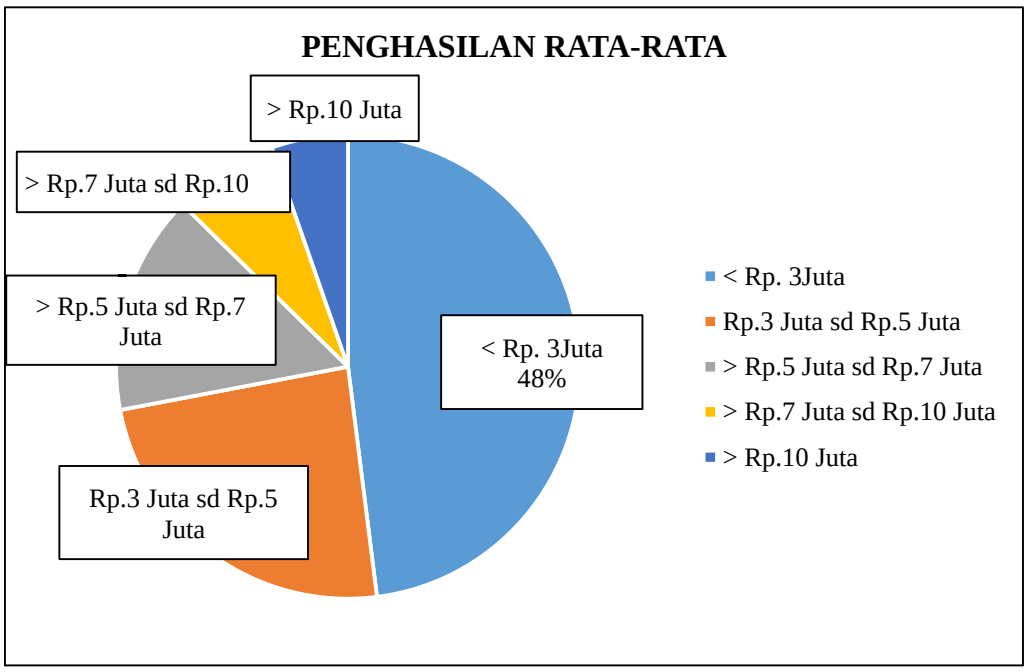
Karakteristik Responden

Berdasarkan Penghasilan rata-rata Per Bulan

Rata-rata penghasilan	Jumlah	Persentase
Kurang dari Rp. 3.000.000	72	48%
Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	36	24%
Rp. 5.100.000 - Rp. 7.000.000	23	15,33%
Rp. 7.100.000 - Rp. 10.000.000	11	7,33%
Lebih dari Rp. 10.000.000	8	5,33%
Jumlah	150	100%

Sumber: Lampiran hasil olah data, 2018.

Tabel di atas menunjukkan bahwa penghasilan responden terdiri dari 5 kriteria. Responden yang berpenghasilan kurang dari Rp.3000.000 sebanyak 72 orang (48%), responden yang berpenghasilan Rp3.000.000-Rp5.000.000 sebanyak 36 orang (24%), responden yang berpenghasilan Rp5.100.000–Rp7.000.000 sebanyak 23 orang (15,33%), responden yang berpenghasilan Rp7.100.000–Rp.10.000.000 sebanyak 11 orang (7,33%), responden yang berpenghasilan lebih dari Rp10.000.000 sebanyak 8 orang (5,33%). Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berpenghasilan kurang dari Rp.3000.000 yaitu sebanyak 72 orang (48%).



Gambar 4.6. Grafik Responden Berdasarkan Penghasilan rata-rata per bulan

Sumber: Data Primer 2018

4.4 Uji Instrumen Penelitian

4.4.1. Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk mengukur seberapa cermat suatu tes dapat melakukan fungsi ukuranya. Semakin tingggi validitas suatu alat maka

semakin tepat pula alat pengukur tersebut mengenai sasarannya, dan sebaliknya semakin rendah suatu alat pengukur, maka semakin jauh pula alat pengukur tersebut mengenai sasaranya. Teknik yang digunakan adalah memakai *Pearson Correlation*, dihitung menggunakan bantuan komputer program SPSS versi 23. Hasil uji validitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut.

Adapun kriteria yang digunakan dalam mengetahui valid tidaknya pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : Tingkat kepercayaan = 95 persen (α = 5 persen), derajat kebebasan *degree of freedom* (df) = n – 2 =150 – 2 = 148, didapat r tabel = 0,1603. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif, maka terbukti pernyataan dikatakan valid.

Dengan taraf signifikansi 5% dan responden 150 orang, diperoleh nilai r kritis = 0,1603. Validitas butir diketahui dengan mengkorelasikan skor-skor yang ada pada butir yang dimaksud dengan skor total. Kriteria pengambilan keputusan untuk menentukan valid jika harga r hitung sama dengan atau lebih besar dari harga r kritis pada taraf signifikansi 5%. Jika harga r hitung lebih kecil dari harga r kritis pada taraf signifikansi 5%, maka butir instrumen yang dimaksud tidak valid. Hasil uji validitas berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS *for Windows* 23 terhadap kuesioner 150 responden, sebagai berikut:

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Fokus Pada Pelanggan

Item	Corrected Item-Total Correlation	r kritis	Keterangan
X1.1	0,742	0,1603	Valid
X1.2	0,771	0,1603	Valid
X1.3	0,850	0,1603	Valid
X1.4	0,800	0,1603	Valid
X1.5	0,775	0,1603	Valid
X1.6	0,796	0,1603	Valid

Sumber : Lampiran hasil olah data, 2018.

Hasil uji validitas berdasarkan hasil analisis variabel fokus pada pelanggan dengan menggunakan SPSS 23 terhadap kuesioner 150 responden dapat diambil kesimpulan bahwa semua pertanyaan dalam angket adalah valid, karena korelasi r hitung lebih besar dari r kritis 0,1603 pada taraf signifikansi 0,05 sehingga item pertanyaan dapat dipergunakan dalam kuesioner penelitian yang sesungguhnya.

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Obsesi Terhadap Kualitas

Item	Corrected Item-Total Correlation	r kritis	Keterangan
X2.1	0,667	0,1603	Valid
X2.2	0,637	0,1603	Valid
X2.3	0,680	0,1603	Valid
X2.4	0,635	0,1603	Valid
X2.5	0,679	0,1603	Valid
X2.6	0,661	0,1603	Valid
X2.7	0,691	0,1603	Valid
X2.8	0,600	0,1603	Valid

Sumber : Lampiran hasil olah data, 2018.

Hasil uji validitas berdasarkan hasil analisis variabel Obsesi terhadap kualitas dengan menggunakan SPSS 23 terhadap kuesioner 150 responden dapat diambil kesimpulan bahwa semua pertanyaan dalam angket adalah valid, karena korelasi r hitung lebih besar dari r kritis 0,1603 pada taraf signifikansi 0,05 sehingga item pertanyaan dapat dipergunakan dalam kuesioner penelitian yang sesungguhnya.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel Kerjasama Tim

Item	Corrected Item-Total Correlation (r hitung)	r kritis	Keterangan
X3.1	0,753	0,1603	Valid
X3.2	0,832	0,1603	Valid
X3.3	0,778	0,1603	Valid
X3.4	0,776	0,1603	Valid
X3.5	0,787	0,1603	Valid
X3.6	0,815	0,1603	Valid

Sumber : Lampiran hasil olah data, 2018.

Hasil uji validitas berdasarkan hasil analisis variabel Kerjasama tim dengan menggunakan SPSS 23 terhadap kuesioner 150 responden dapat diambil kesimpulan bahwa semua pertanyaan dalam angket adalah valid, karena korelasi r hitung lebih besar dari r kritis 0,1603 pada taraf signifikansi 0,05 sehingga item pertanyaan dapat dipergunakan dalam kuesioner penelitian yang sesungguhnya.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel Komitmen Jangka Panjang

Item	Corrected Item-Total Correlation (r hitung)	r kritis	Keterangan
X4.1	0,808	0,1603	Valid
X4.2	0,790	0,1603	Valid
X4.3	0,790	0,1603	Valid
X4.4	0,749	0,1603	Valid
X4.5	0,576	0,1603	Valid

Sumber : Lampiran hasil olah data, 2018.

Hasil uji validitas berdasarkan hasil analisis variabel Komitmen Jangka Panjang dengan menggunakan SPSS 23 terhadap kuesioner 150 responden dapat diambil kesimpulan bahwa semua pertanyaan dalam angket adalah valid, karena korelasi r hitung lebih besar dari r kritis 0,1603 pada taraf signifikansi

0,05 sehingga item pertanyaan dapat dipergunakan dalam kuesioner penelitian yang sesungguhnya.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Variabel kualitas pelayanan

Item	Corrected Item-Total Correlation (r hitung)	r kritis	Keterangan
Y1.1	0,730	0,1603	Valid
Y1.2	0,864	0,1603	Valid
Y1.3	0,766	0,1603	Valid
Y1.4	0,721	0,1603	Valid
Y1.5	0,819	0,1603	Valid

Sumber : Lampiran hasil olah data, 2018.

Hasil uji validitas berdasarkan hasil analisis variabel Kualitas pelayanan dengan menggunakan SPSS 23 terhadap kuesioner 150 responden dapat diambil kesimpulan bahwa semua pertanyaan dalam angket adalah valid, karena korelasi r hitung lebih besar dari r kritis 0,1603 pada taraf signifikansi 0,05 sehingga item pertanyaan dapat dipergunakan dalam kuesioner penelitian yang sesungguhnya.

4.4.2. Uji Reliabilitas Angket

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung besarnya nilai *Cronbach's Alpha* instrumen dari masing-masing lima dimensi yang diuji. Apabila nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* lebih besar dari 0,60 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dan dinyatakan *reliabel*. Jika nilai *Cronbachs Coefficient Alpha* lebih kecil 0,60 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan tidak *reliabel.* Hasil uji reliaibilitas berdasarkan analisis menggunakan SPSS 23 terhadap jawaban kuesioner 150 responden sebagai berikut :

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	*Cronbach's Alpha*	Alpha	Keterangan
Fokus pada pelanggan (X1)	0,878	0,60	Reliabel
Obsesi terhadap kualitas (X2)	0,859	0,60	Reliabel
Kerjasama tim (X3)	0,877	0,60	Reliabel
Komitmen jangka panjang (X4)	0,799	0,60	Reliabel
Kualitas pelayanan (Y)	0,828	0,60	Reliabel

Sumber : Lampiran hasil olah data, 2018.

Berdasarkan hasil analisis menggunakan SPSS 23 diperoleh nilai koefisien *cronbach's alpha* untuk variabel-variabel tersebut dimana memiliki nilai koefisien *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60, untuk itu dapat diambil kesimpulan bahwa instrumen penelitian tersebut reliabel dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data sesungguhnya.

4.5 Deskripsi Kategori Variabel

Pada analisis ini menjelaskan mengenai rekapitulasi data jawaban terhadap pernyataan per variabel *Total Quality Management* (TQM) (fokus pada pelanggan, obsesi terhadap kualitas, kerjasama tim, dan komitmen jangka panjang, kualitas pelayanan). Berikut ini deskripsi penilaian responden terhadap masing-masing item-item variabel penelitian :

Tabel 4.13
Interval Penilaian

Interval	Kategori
1,00 s/d 1,79	Sangat Rendah
1,80 s/d 2,59	Rendah
2,60 s/d 3,39	Sedang
3,40 s/d 4,19	Tinggi
4,20 s/d 5,00	Sangat Tinggi

4.5.1 Variabel fokus pada pelanggan (X1).

Fokus pada pelanggan merupakan fokus kepada pemakai jasa PT. PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur, dengan demikian pelanggan dapat memberikan penilaian apakah mereka puas terhadap pelayanan maupun kualitas produk yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur. Berikut penilaian responden tentang fokus pada pelanggan dari PT. PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur yang dapat dilihat pada Tabel 4.14.

Tabel 4.14
Distribusi Jawaban Responden Tentang Fokus pada pelanggan (X1)

No.	Pernyataan	Rerata	Kategori
1	PT. PLN (Persero) Area Kutai Timur mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan baik	3,38	Sedang
2	PT. PLN (Persero) Area Kutai Timur dalam kegiatan pelayanannya telah menugaskan petugas yang professional demi kepuasan pelanggan.	3,64	Tinggi
3	PT. PLN (Persero) Area Kutai Timur selalu mengidentifikasi dan menyelesaikan permasalahan pelanggan secara cepat dan tepat.	3,40	Tinggi
4	PT. PLN (Persero) Area Kutai Timur selalu bersedia menerima informasi pengaduan keluhan pelanggan dengan baik.	3,62	Tinggi
5	PT. PLN melakukan pendekatan kepada pelanggan dengan cara membina hubungan yang harmonis.	3,38	Sedang
6	PT. PLN selalu meningkatkan pengelolaan jaringan dan penyediaan listrik kepada pelanggan dengan baik secara terus menerus.	3,59	Tinggi
	Rerata	3,50	Tinggi

Sumber : Lampiran hasil olah data, 2018.

Tabel 4.14 menjelaskan bahwa penilaian pelanggan terhadap variabel Fokus pada pelanggan memiliki skor rata-rata sebesar 3,50 yang berada dalam interval (3,40 s/d 4,19) atau dalam kategori tinggi, yang berarti pelanggan memberikan penilaian tinggi atas komitmen PLN dalam mengidentifikasi dan mengatasi permasalahan pelanggan dan secara terus menerus melakukan penyempurnaan produk/pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur.

4.5.2 Variabel obsesi terhadap kualitas (X2)

Obsesi terhadap kualitas merupakan komitmen dalam organisasi dalam menerapkan TQM, pelanggan internal dan eksternal menentukan kualitas. Dengan kualitas yang ditetapkan tersebut, organisasi harus terobsesi untuk memenuhi atau melebihi apa yang telah ditentukan. Berikut penilaian responden tentang variabel obsesi terhadap kualitas pada PT. PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 4.15.

Tabel 4.15
Distribusi Jawaban Responden Tentang Obsesi Terhadap Kualitas (X2)

No.	Pernyataan	Rerata	Kategori
1	Pasokan daya listrik dari PT. PLN (Persero) Area Kutai Timur mampu mencukupi kebutuhan pelanggan.	3,19	Sedang
2	Pelanggan mengetahui adanya produk listrik pintar/ system prabayar	3,54	Tinggi
3	Tegangan (voltage) listrik yang dialirkan ke pelanggan stabil.	3,67	Tinggi
4	PT. PLN (Persero) Area Kutai Timur selalu melakukan perbaikan ketika terjadi gangguan dengan cepat dan tanggap.	3,69	Tinggi

5	PT. PLN selalu melakukan perbaikan/pemeliharaan jaringan instalasi listrik secara berkala	3,44	Tinggi
6	Pemeliharaan jaringan mampu menjamin listrik tetap menyala tanpa adanya gangguan pemadaman.	3,19	Sedang
7	Produk, peralatan dan fasilitas yang digunakan PT. PLN memadai dan berkualitas.	3,58	Tinggi
8	Tarif dasar listrik dirasa cukup sepadan dengan pelayanan yang diberikan.	3,11	Sedang
	Rerata	3,42	Tinggi

Sumber : Lampiran hasil olah data, 2018.

Tabel 4.15 menunjukkan bahwa penilaian pelanggan mengenai Obsesi terhadap kualitas mempunyai skor rata-rata sebesar 3,42 yang berada dalam interval (3,40 s/d 4,19) atau dalam kategori tinggi. Hal ini menjelaskan tingginya obsesi PT. PLN dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, seperti pasokan energi listrik yang mencukupi kebutuhan, voltage stabil, cepat dan tanggap dalam kondisi darurat , serta program pemeliharaan jaringan secara berkala.

4.5.3 Variabel Kerjasama Tim (X3)

PT. PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur dalam menerapkan unsur kerjasama tim (*team work*) dapat dilihat dari kemampuan kerjasama seluruh petugas dalam menjalankan tugas dengan baik pada divisinya masing-masing, keseragaman jawaban yang diberikan oleh petugas atas pertanyaan dari pelanggan, kemampuan petugas dalam memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan, dan adanya sinergi yang baik antar petugas dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Berikut ini penilaian responden tentang variabel kerjasama tim pada PT. PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur dapat dilihat pada Tabel 4.16.

Tabel 4.16
Distribusi Jawaban Responden Tentang Kerjasama Tim (X3)

No.	Pernyataan	Rerata	Kategori
1	Setiap karyawan/petugas PT. PLN mampu menjalankan kerjasama timnya dengan baik.	3,61	Tinggi
2	Terdapat sinergi antar karyawan/petugas dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.	3,52	Tinggi
3	Setiap karyawan/petugas memberikan pelayanan secara maksimal tanpa membeda-bedakan pelanggan.	3,56	Tinggi
4	Karyawan/petugas dapat memberikan informasi dengan jelas apa yang dibutuhkan pelanggan.	3,67	Tinggi
5	Dalam pelaksanaan pelayanan kepada pelanggan, karyawan/petugas meminimalisir terjadinya konflik/pertengkaran antar karyawan.	3,46	Tinggi
6	Kerjasama yang baik antar karyawan/petugas membuat pelayanan pelanggan menjadi cepat dan efektif.	3,67	Tinggi
	Rerata	3,58	Tinggi

Sumber : Lampiran hasil olah data, 2018.

Tabel 4.16 menunjukkan bahwa penilaian pelanggan mengenai variabel kerjasama tim memperoleh skor rata-rata sebesar 3,58 yang berada dalam interval (3,40 s/d 4,19) atau dalam kategori tinggi, hal ini menunjukkan tingginya komitmen dan konsistensi kerjasama tim dari para karyawan/petugas PT. PLN Area Kabupaten Kutai Timur dalam memberikan pelayanan secara maksimal kepada seluruh pelanggan,

4.5.4 Variabel Komitmen Jangka Panjang (X4)

Sebagaimana sebuah badan usaha pada umumnya, PT. PLN Area Kabupaten Kutai Timur ingin menumbuhkan rasa kepercayaan dari seluruh pelanggan, ingin menumbuhkan suatu rasa ikatan yang tinggi, selalu memahami apa yang dibutuhkan para pelanggan, yang pada akhirnya menghasilkan suatu kepuasan dari pelanggan terhadap seluruh pelayanan PT. PLN. Berikut ini penilaian responden tentang variabel komitmen jangka panjang pada PT. PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur dapat dilihat pada Tabel 4.17.

Tabel 4.17
Distribusi Jawaban Responden Tentang Komitmen Jangka Panjang (X4)

No.	Pernyataan	Rerata	Kategori
1	Pelayanan PT. PLN kepada pelanggan selama ini memberikan saya rasa kepercayaan kepada PLN.	3,61	Tinggi
2	Sebagai pelanggan, saya merasa mempunyai hubungan yang tinggi terhadap PT. PLN.	3,57	Tinggi
3	Saya merasa puas terhadap pelayanan PT. PLN selama ini.	3,36	Tinggi
4	PT. PLN mengetahui dan memahami kebutuhan saya sebagai pelanggan.	3,53	Tinggi
5	Saya merasa sangat membutuhkan PT. PLN (Persero) Area Kutai Timur dalam waktu yang sangat lama.	4,03	Tinggi
	Rerata	3,62	Tinggi

Sumber : Lampiran hasil olah data, 2018.

Tabel 4.17 menunjukkan bahwa penilaian pelanggan mengenai variabel komitmen jangka panjnag memperoleh skor rata-rata sebesar 3,62 yang berada

dalam interval (3,40 s/d 4,19) atau dalam kategori tinggi, hal ini menunjukkan tingginya tingkat kepercayaan/keinginan dalam hubungan antara PT. PLN dengan pelanggan pada hubungan terus menerus secara timbal balik yang saling membutuhkan.

4.5.5 Variabel Kualitas Pelayanan (Y)

Kualitas pelayanan ini merupakan suatu bentuk penilaian pelanggan terhadap perbandingan antara layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Berikut ini ditampilkan hasil penilaian responden tentang tingkat kualitas pelayanan pada PT. PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 4.18.

Tabel 4.18
Distribusi Jawaban Responden Tentang Kualitas Pelayanan (Y)

No.	Pernyataan	Rerata	Kategori
1	PT. PLN menjamin kepastian aktivasi aliran listrik ke pelanggan sesuai waktu yang ditetapkan setelah pelanggan menyelesaikan kewajiban proses registrasi dan pembayaran.	4,05	Tinggi
2	Petugas unit pelayanan lapangan menjamin keamanan dan kenyamanan pelanggan pada saat proses instalasi termasuk pengecekan untuk pemeliharaan.	3,56	Tinggi
3	PT. PLN selalu menyampaikan informasi pemadaman lebih awal melalui media elektronik/sosial dalam hal rencana pemadaman untuk pemeliharaan.	2,88	Sedang
4	PT. PLN tanggap dan cepat segera melakukan tindakan dalam hal terjadi kerusakan jaringan/keadaan darurat.	3,77	Tinggi

5	PT. PLN tidak membeda-bedakan status sosial pelanggan dalam memberikan pelayanannya.	3,49	Tinggi
	Rerata	3,55	Tinggi

Sumber : Lampiran hasil olah data, 2018.

Tabel 4.18 menunjukkan bahwa penilaian pelanggan mengenai variabel kualitas pelayanan memperoleh skor rata-rata sebesar 3,55 yang berada dalam interval (3,40 s/d 4,19) atau dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan sudah sesuai atau sudah baiknya tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dari PLN dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*) oleh pelanggan.

Namun jika mengamati skor di atas masih ada salah satu item pernyataan yang memperoleh skor dengan kategori sedang yaitu mengenai informasi pemadaman lebih awal. Dengan ini seyogyanya perhatian manajemen PT. PLN Area Kabupaten Kutai Timur untuk mencari pola yang tepat guna mempublikasikan adanya rencana pemadaman lebih awal.

4.6 Analisis Kuantitatif

4.6.1 Uji Asumsi Klasik.

Sebelum melakukan analisis data untuk mencari pengaruh antar variabel yang dipakai untuk penelitian, dilakukan uji asumsi yaitu uji normalitas, uji linearitas, uji multikolonieritas dan uji heteroskedasitas. Pelaksanaan uji prasyarat analisis dilakukan dengan bantuan program SPSS 23.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data variabel penelitian berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas menggunakan teknik analisis Kolmogrov-Smirnov (K-S) program SPSS 23. Kriterianya dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi normal adalah jika taraf signifikan

lebih besar dari 0,05 pada taraf signifikansi *alpha* 5%. Hasil uji normalitas untuk variabel penelitian disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 4.19. Hasil Uji Normalitas

Uji Satu Sample Kolmogrov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N (Total Sample)		150
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.19403346
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.052
	Negative	.057
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

Sumber : Lampiran hasil olah data, 2018.

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. (*2tailed*) pada pengujian semua data variabel adalah 0,200 dimana nilai tersebut > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data-data variabel tersebut berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel independen dalam sebuah model regresi berganda. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas. Sebuah model regresi yang baik, seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independent secara kuat. Untuk dapat mendeteksi ada tidaknya problem multikolinieritas pada sebuah model regresi, dapat dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) dimana nilai VIF harus di bawah nilai 10. Jika nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) hasil regresi lebih besar dari 10 maka dapat dipastikan terdapat multikolinieritas di antara variabel bebas tersebut. Berikut adalah hasil analisis dengan bantuan *statistical software* SPSS

23 lewat pengujian regresi berganda untuk mencari nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) pada model regresi yang digunakan dalam penelitian.

Tabel 4.20
Nilai Variance Inflation Faktor (VIF)

Pengujian	Variabel	VIF	Keterangan
Regresi linier berganda	Fokus pada pelanggan (X1)	2,058	Tidak terjadi multikolinieritas
	Obsesi terhadap kualitas (X2)	2,608	Tidak terjadi multikolinieritas
	Kerjasama tim (X3)	2,329	Tidak terjadi multikolinieritas
	Adanya keterlibatan dan pemberdayaan karyawan (X4)	1,810	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Lampiran hasil olah data, 2018.

Berdasarkan Tabel 4.20 dapat diketahui hasil analisis dengan menggunakan SPSS 23 menunjukan bahwa nilai VIF masing-masing variabel independent (bebas) kurang dari 10 . Hal ini dapat disimpulkan bahwa persamaan model regresi tidak mengandung masalah multikolinieritas yang artinya tidak ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebas sehingga layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut ini adalah hasil uji heteroskedastisitas pada model regresi penelitian ini. Pengujian Heteroskedastisitas menggunakan SPSS 23

dengan Teknik Glejser. Dasar pengambilan keputusan pada uji Heteroskedastisitas yaitu :

a. Jika nilai signifikansi hasil pengujian lebih besar dari 0,05, kesimpulannya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.
b. Jika nilai signifikansi hasil pengujian lebih kecil dari 0,05, kesimpulannya adalah terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.21. Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

Koefisien

Variable		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.440	.496		.887	.377
	X1	.012	.025	.060	.485	.628
	X2	.035	.021	.228	1.646	.102
	X3	.056	.029	.249	1.901	.060
	X4	.055	.033	.194	1.680	.095

Sumber : Lampiran hasil olah data, 2018.

Pengambilan keputusan :

Berdasarkan Tabel 4.21 di atas, diketahui bahwa :

Nilai signifikansi variabel Fokus pada pelanggan (X_1) sebesar 0,628 dimana lebih besar dari 0,05. Ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel X_1.

Nilai signifikansi variabel Obsesi terhadap kualitas (X_2) sebesar 0,102 dimana lebih besar dari 0,05. Ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel X_2.

Nilai signifikansi variabel Kerjasama Tim (X_3) sebesar 0,060 dimana lebih besar dari 0,05. Ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel X_3.

Nilai signifikansi variabel Komitmen jangka panjang (X_4) sebesar 0,095 dimana lebih besar dari 0,05. Ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel X_4.

4.6.2 Pengujian Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk membuktikan : (1) Pengaruh Fokus pada pelanggan terhadap Kualitas pelayanan PT. PLN Area Kabupaten Kutai Timur. (2) Pengaruh Obsesi terhadap kualitas dengan Kualitas pelayanan PT. PLN Area Kabupaten Kutai Timur. (3) Pengaruh Kerjasama Tim terhadap Kualitas pelayanan PT. PLN Area Kabupaten Kutai Timur. (4) Pengaruh Komitmen Jangka Panjang terhadap Kualitas pelayanan PT. PLN Area Kabupaten Kutai Timur. (5) Pengaruh Total Quality Manajemen (Fokus pada pelanggan, Obsesi terhadap kualitas, Kerjasama Tim, Komitmen Jangka Panjang) terhadap Kualitas pelayanan PT. PLN Area Kabupaten Kutai Timur secara simultan.

Regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis hubungan kausal dari beberapa variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Untuk mempermudah perhitungan regresi dari data penelitian yang cukup banyak maka analisis dapat menggunakan bantuan perangkat lunak (*soft ware*) pengolah data statistik yaitu program SPSS 23. Hasil dari analisis regresi liner berganda yang dilakukan menggunakan program SPSS 23 adalah sebagai berikut :

Tabel 4.22
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Koefisien

Variable		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.899	.825		5.937	.000
	X1	.278	.042	.476	6.616	.000
	X2	.075	.035	.171	2.113	.037
	X3	.125	.049	.196	2.560	.012
	X4	.339	.055	.417	6.187	.000

Sumber : Lampiran hasil olah data, 2018.

Dengan memperhatikan model regresi dan hasil regresi linear berganda maka didapat persamaan regresi sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = 4{,}899 + 0{,}278X_1 + 0{,}075X_2 + 0{,}125X_3 + 0{,}339X_4 + e}$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, maka dapat diberikan interpretasi sebagai berikut:

1. Y adalah prediksi besarnya nilai Kualitas Pelayanan
2. Nilai Konstanta sebesar 4,899 berarti apabila variabel Fokus pada pelanggan, Obsesi terhadap kualitas, Kerjasama Tim dan Komitmen Jangka Panjang dianggap nol, maka Kualitas Pelayanan adalah sebesar 4,899.
3. Nilai koefisien beta pada variabel Fokus pada pelanggan sebesar 0,278, artinya bahwa setiap perubahan Fokus pada pelanggan (X1) sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan perubahan Kualitas pelayanan sebesar 0,278, dengan asumsi variabel yang lain adalah tetap.
4. Nilai koefisien beta pada variabel Obsesi terhadap kualitas sebesar 0,075, artinya bahwa setiap perubahan Obsesi terhadap kualitas (X2) sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan perubahan Kualitas pelayanan sebesar

0,075, dengan asumsi variabel yang lain adalah tetap.

5. Nilai koefisien beta pada variabel Kerjasama tim sebesar 0,125, artinya bahwa setiap perubahan Kerjasama tim (X3) sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan perubahan Kualitas pelayanan sebesar 0,125, dengan asumsi variabel yang lain adalah tetap.
6. Nilai koefisien beta pada variabel Komitmen jangka panjang sebesar 0,339, artinya bahwa setiap perubahan Komitmen jangka panjang (X4) sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan perubahan Kualitas pelayanan sebesar 0,339, dengan asumsi variabel yang lain adalah tetap.

Selanjutnya untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau ditolak maka akan dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan uji F dan uji t. Hasil pengujian yang telah dilakukan yaitu sebagai berikut:

2. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara serentak (simultan) variable Fokus pada pelanggan (X1), Obsesi terhadap kualitas (X2), Kerjasama tim (X3), Komitmen Jangka Panjang (X4),) terhadap Kualitas pelayanan (Y). Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai sig F_{hitung} terhadap tingkat signifikansi 5%. Berikut hasil uji F dengan bantuan program SPSS 23 :

Tabel 4.23
Hasil Uji F
Pengaruh Fokus pada pelanggan, Obses terhadap kualitas, Kerjasama tim dan Komitmen jangka Panjang terhadap Kualitas Pelayanan.

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	394.977	4	98.744	67.176	.000[b]
	Residual	189.620	129	1.470		
	Total	584.597	133			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3

Sumber : Lampiran hasil olah data, 2018.

Dasar pengambilan keputusan dalam Uji F berdasarkan nilai F hitung dan F tabel :

a. Jika nilai F hitung > F tabel maka variabel independent secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.
b. Sebaliknya jika nilai F hitung < F tabel maka variabel independent secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusan dalam Uji F berdasarkan nilai Signifikansi hasil output analisis SPSS :

a. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka variabel independent secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
b. Sebaliknya jika nilai signifikansi > 0,05 maka variabel independent secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Dari hasil Output analisis SPSS pada Tabel 4.23, pengambilan keputusan dilakukan sebagai berikut :

Berdasarkan F hitung dan F tabel :

F hitung sebesar 67.176 > F tabel = 2,43

Kesimpulan : Variabel independent Fokus pada pelanggan (X1), Obsesi terhadap kualitas (X2), Kerjasama tim (X3), Komitmen jangka Panjang (X4) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen Kualitas pelayanan (Y).

Berdasarkan nilai signifikansi :

Nilai signifikansi = 0,000 < 0,05

Kesimpulan : Variabel independent X1, X2, X3, X4 secara bersama-sama

berpengaruh terhadap variabel dependen Y.

Berdasarkan hasil uji F ini, maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis ke 5 yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dari variabel *Total Quality Management* (fokus pada pelanggan, obsesi terhadap kualitas, kerjasama tim, komitmen jangka Panjang) terhadap kualitas pelayanan **diterima atau terbukti**.

3. Uji t

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial maka digunakan uji t. Dengan membandingkan p-value (sig-t) dengan taraf signifikansi yang ditolerir (5%), dapat digunakan untuk menyimpulkan menolak atau menerima hipotesis.

Untuk pengujian pengaruh secara parsial *Total Quality Management* (fokus pada pelanggan, Obsesi terhadap kualitas, kerjasama tim dan Komitmen jangka panjang) terhadap kualitas pelayanan ditunjukkan dengan hasil uji t. Di bawah ini ditampilkan hasil uji t dengan bantuan program komputer *SPSS* 23 :

Tabel 4.24
Hasil Uji t
Pengaruh Fokus pada pelanggan, Obses terhadap kualitas, Kerjasama tim dan Komitmen jangka Panjang terhadap Kualitas Pelayanan.

Coefficients[a]

Variable		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.899	.825		5.937	.000
	X1	.278	.042	.476	6.616	.000
	X2	.075	.035	.171	2.113	.037
	X3	.125	.049	.196	2.560	.012
	X4	.339	.055	.417	6.187	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Lampiran hasil olah data, 2018.

Berdasarkan tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 5\%$ maka dapat dijelaskan pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap kualitas pelayanan sebagai berikut :

1) Diperoleh nilai signifikansi t_{hitung} untuk variabel fokus pada pelanggan sebesar 0,000, nilai signifikansi ini menunjukkan lebih kecil dari nilai signifikan 0,05 atau (0,000 < 0,05), maka dapat dinyatakan bahwa variabel fokus pada pelanggan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan. Dengan ini hipotesis yang menyatakan bahwa "Fokus pada pelanggan (X_1) berpengaruh positif terhadap Kualitas pelayanan (Y)" **diterima**.
2) Diperoleh nilai signifikan t_{hitung} untuk variabel obsesi terhadap kualitas sebesar 0,037, nilai signifikansi ini menunjukkan lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05 atau (0,037 < 0,05), maka dapat dinyatakan bahwa variabel obsesi terhadap kualitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan. Dengan ini hipotesis yang menyatakan bahwa "Obsesi terhadap kualitas (X_2) berpengaruh positif terhadap Kualitas pelayanan (Y)" **diterima**.
3) Diperoleh nilai signifikan t_{hitung} untuk variabel kerjasama tim sebesar 0,012, nilai signifikansi ini menunjukkan lebih kecil dari nilai signifikan 0,05 atau (0,012 < 0,05), maka dapat dinyatakan bahwa variabel kerjasama tim secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan. Dengan ini hipotesis yang menyatakan bahwa "Kerjasama tim (X_3) berpengaruh positif terhadap Kualitas pelayanan (Y)" **diterima**.
4) Diperoleh nilai signifikan t_{hitung} untuk variabel Komitmen jangka panjang sebesar 0,000, signifikan ini menunjukkan lebih kecil dari nilai signifikan

0,05 atau (0,000 < 0,05), maka dapat dinyatakan bahwa variabel Komitmen jangka panjang secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kualitas pelayanan. Dengan ini hipotesis yang menyatakan bahwa "Komitmen jangka panjang (X_4) berpengaruh positif terhadap Kualitas pelayanan (Y)" **diterima**.

Berdasarkan hasil uji t ini, maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis ke 1,2,3 dan 4 yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial dari variabel *Total Quality Management* (fokus pada pelanggan, obsesi terhadap kualitas, kerjasama tim, komitmen jangka panjang) terhadap kualitas pelayanan **diterima atau terbukti**.

Dari hasil pengujian hipotesis, ringkasan hasil uji hipotesis dapat disajikan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.25. Ringkasan Hasil Uji Hipotesis

No	Hipotesis	Hasil
1	Fokus pada pelanggan (X_1) berpengaruh positif terhadap Kualitas pelayanan (Y)	Terbukti/diterima
2	Obsesi terhadap kualitas (X_2) berpengaruh positif terhadap Kualitas pelayanan (Y)	Terbukti/diterima
3	Kerjasama tim (X_3) berpengaruh positif terhadap Kualitas pelayanan (Y)	Terbukti/diterima
4	Komitmen jangka panjang (X_4) berpengaruh positif terhadap Kualitas pelayanan (Y)	Terbukti/diterima
5	*Total Quality Management (TQM)* yang terdiri dari fokus pada pelanggan, obsesi terhadap kualitas, kerjasama tim *(teamwork)*, dan komitmen jangka panjang berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan secara simultan	Terbukti/diterima

4. Uji Korelasi Parsial

Pengujian korelasi parsial (*Partial Correlation*) digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel dimana variabel lainnya yang dianggap berpengaruh dikendalikan atau dibuat tetap (sebagai variabel kontrol). Menurut Sugiyono (2007) pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut : 0,000 – 0,199 = Sangat rendah 0,200 – 0,399 = rendah 0,400 – 0,599 = sedang 0,600 – 0,799 = kuat 0,800 – 1 = sangat kuat. Di bawah ini ditampilkan hasil pengujian korelasi parsial dengan bantuan SPSS 23 :

Tabel 4.26
Hasil Uji Korelasi Parsial
Pengaruh Fokus pada pelanggan, Obses terhadap kualitas, Kerjasama tim dan Komitmen jangka Panjang terhadap Kualitas Pelayanan.

Korelasi antara	Nilai Korelasi	Signifikansi
X1 – X2	0,656	0,000
X1 – X3	0,593	0,000
X1 – X4	0,613	0,000
X1 - Y	0,747	0,000
X2 – X3	0,743	0,000
X2 – X4	0,555	0,000
X2 - Y	0,523	0,000
X3 – X4	0,595	0,000
X3 - Y	0,562	0,000
X4 - Y	0,664	0,000

Sumber : Lampiran hasil olah data, 2018.

Dari tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai korelasi Fokus pada pelanggan (X1) dengan Obsesi terhadap kualitas (X2) adalah 0,656 dengan nilai signifikansi 0,000. Ini berarti bahwa terdapat hubungan yang kuat dan signifikan antara X1 dengan X2.
2. Nilai korelasi Fokus pada pelanggan (X1) dengan Kerjasama tim (X3) adalah 0,593 dengan nilai signifikansi 0,000. Ini berarti bahwa terdapat hubungan yang sedang dan signifikan antara X1 dengan X3.
3. Nilai korelasi Fokus pada pelanggan (X1) dengan Komitmen jangka Panjang (X4) adalah 0,613 dengan nilai signifikansi 0,000. Ini berarti bahwa terdapat hubungan yang kuat dan signifikan antara X1 dengan X4.
4. Nilai korelasi Fokus pada pelanggan (X1) dengan Kualitas pelayanan (Y) adalah 0,747 dengan nilai signifikansi 0,000. Ini berarti bahwa terdapat hubungan yang kuat dan signifikan antara X1 dengan Y.
5. Nilai korelasi Obsesi terhadap kualitas (X2) dengan Kerjasama tim (X3) adalah 0,743 dengan nilai signifikansi 0,000. Ini berarti bahwa terdapat hubungan yang kuat dan signifikan antara X2 dengan X3.
6. Nilai korelasi Obsesi terhadap kualitas (X2) dengan Komitmen jangka panjang (X4) adalah 0,555 dengan nilai signifikansi 0,000. Ini berarti bahwa terdapat hubungan yang sedang dan signifikan antara X2 dengan X4.
7. Nilai korelasi Obsesi terhadap kualitas (X2) dengan Kualitas pelayanan (Y) adalah 0,523 dengan nilai signifikansi 0,000. Ini berarti bahwa terdapat hubungan yang sedang dan signifikan antara X2 dengan Y.
8. Nilai korelasi Kerjasama tim (X3) dengan Komitmen jangka panjang (X4) adalah 0,595 dengan nilai signifikansi 0,000. Ini berarti bahwa terdapat hubungan yang sedang dan signifikan antara X3 dengan X4.

9. Nilai korelasi Kerjasama tim (X3) dengan Kualitas pelayanan (Y) adalah 0,562 dengan nilai signifikansi 0,000. Ini berarti bahwa terdapat hubungan yang sedang dan signifikan antara X3 dengan Y.
10. Nilai korelasi Komitmen jangka panjang (X4) dengan Kualitas pelayanan (Y) adalah 0,664 dengan nilai signifikansi 0,000. Ini berarti bahwa terdapat hubungan yang kuat dan signifikan antara X4 dengan Y.

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan suatu alat pengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Besarnya koefisien determinasi berkisar antara angka 0 sampai dengan 1. Koefisien determinasi mendekati angka 1, maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Besarnya pengaruh dari seluruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya, dapat ditunjukkan oleh besarnya R^2 seperti yang ditunjukkan pada Tabel 4.26.

Tabel 4.27
Koefisien Determinasi
Pengaruh Fokus pada pelanggan, Obses terhadap kualitas, Kerjasama tim dan Komitmen jangka Panjang terhadap Kualitas Pelayanan.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.822[a]	.676	.666	1.212

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3

Sumber : Lampiran hasil olah data, 2018.

Hasil uji R^2 pada penelitian ini diperoleh nilai sebesar 0,676. Hal ini menunjukan R Square yang berarti angka koefisien determinasinya (R^2) atau besarnya kontribusi/sumbangan X_1, X_2, X_3 dan X_4 terhadap Y adalah sebesar 67,6%, sisanya sebesar 32,4% berasal dari variabel lain/faktor lain yang tidak

termasuk dalam penelitian yang menggunakan model regresi ini.

4.6.3 Pembahasan.

Hasil analisis deskripsi terhadap data hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada rerata pendapat responden dalam kategori rendah pada semua item pernyataan dalam kuesioner, hal ini menginformasikan bahwa PT. PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur sudah melaksanakan *Total Quality Management* (TQM) dengan baik.

1. Pengaruh Fokus Pada Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan

Fokus pada Pelanggan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Fokus pada pelanggan eksternal, yaitu orang atau pengunjung atau pemakai jasa PT. PLN (Persero) Area Kutai Timur, Pelanggan dapat menentukan apakah mereka puas terhadap pelayanan maupun kualitas produk dan jasa yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) Area Kutai Timur.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Like Puspita Rochma (2009) menunjukkan adanya pengaruh positif antara Fokus pada pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan pada pelanggan di PT PLN (Persero) APJ Surakarta.

Hasil uji statistik yang telah dilakukan pada penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif Fokus pada pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan pada PT. PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur. Hal ini diperoleh dari hasil uji statistik uji regresi dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 dimana lebih kecil dari 0.05 (0.000 < 0.05), maka hipotesis pertama dari penelitian ini terbukti yaitu "Fokus pada pelanggan (X_1) berpengaruh positif terhadap Kualitas Pelayanan (Y) pada PT. PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur.".

2. Pengaruh Obsesi Terhadap Kualitas dengan Kualitas Pelayanan

Penentu akhir kualitas adalah pelanggan internal dan eksternal. Dengan

kualitas yang ditetapkan tersebut, seluruh level karyawan maupun manajemen PT. PLN (Persero) Area Kutai Timur harus terobsesi untuk memenuhi bahkan melebihi dari apa yang ditentukan tersebut.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Fajri Ziha Rahman (2011) menunjukkan adanya pengaruh positif dan Signifikan antara Obsesi Terhadap Kualitas sebagai salah satu unsur TQM terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Sakit Islam Kendal.

Hasil uji statistik yang telah dilakukan pada penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif variabel Obsesi Terhadap Kualitas dengan Kualitas Pelayanan pada PT. PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur. Hal ini diperoleh dari hasil uji statistik uji regresi dengan nilai signifikansi sebesar 0.037 dimana lebih kecil dari 0.05 (0.037 < 0.05), maka hipotesis kedua dari penelitian ini terbukti yaitu "Obsesi Terhadap Kualitas (X_2) berpengaruh positif terhadap Kualitas Pelayanan (Y) pada PT. PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur.".

3. Pengaruh Kerjasama Tim terhadap Kualitas Pelayanan

Penerapan kerja sama tim *(teamwork)* pada PT. PLN (Persero) Area Kutai Timur dapat dilihat dari Sinergitas dan kekompakan karyawan dalam menjalankan tugas sesuai divisinya, juga keseragaman tindakan dan berbagai langkah sesuai standar yang ditetapkan dalam upaya melayani pelanggan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Irfan Apriyono (2015) menunjukkan adanya pengaruh positif dan Signifikan antara variabel Kerjasama Tim sebagai salah satu unsur TQM terhadap Kualitas Pelayanan pada PT. PLN (Persero) Area Purwokerto. Hasil analisis memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,041 pada penelitian tersebut.

Hasil uji statistik yang telah dilakukan pada penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif variabel Kerjasama Tim dengan Kualitas Pelayanan pada PT. PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur. Hal ini diperoleh dari hasil uji statistik uji regresi dengan nilai signifikansi sebesar 0.012 dimana lebih kecil dari 0.05 (0.012 < 0.05), maka hipotesis ketiga dari penelitian ini terbukti yaitu "Kerjasama Tim (X_3) berpengaruh positif terhadap Kualitas Pelayanan (Y) pada PT. PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur.".

4. Pengaruh Komitmen Jangka Panjang terhadap Kualitas Pelayanan

Komitmen yang dimaksudkan di sini adalah kepercayaan atau keinginan dalam hubungan antara Pelanggan dengan PT. PLN (Persero) area Kutai Timur pada hubungan terus menerus untuk memelihara hubungan timbal balik yang saling membutuhkan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mila Nur Amalia (2017) menunjukkan adanya pengaruh positif dan Signifikan antara variabel Komitmen Jangka Panjang sebagai salah satu unsur TQM terhadap Loyalitas Konsumen pada penumpang peesawat Maskapai Air Asia. Hasil analisis memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 pada penelitian tersebut.

Hasil uji statistik yang telah dilakukan pada penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif variabel Komitmen Jangka Panjang terhadap Kualitas Pelayanan pada PT. PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur. Hal ini diperoleh dari hasil uji statistik uji regresi dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 dimana lebih kecil dari 0.05 (0.000 < 0.05), maka hipotesis keempat dari penelitian ini terbukti yaitu "Komitmen Jangka Panjang (X_4) berpengaruh positif terhadap Kualitas Pelayanan (Y) pada PT. PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur.".

Pengujian secara parsial menunjukkan bahwa *Total Quality Management* (TQM) yang meliputi (fokus pada pelanggan, obsesi terhadap kualitas, kerjasama tim dan komitmen jangka panjang) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kualitas pelayanan, sehingga makin baiknya penerapan *Total Quality Management* (fokus pada pelanggan, obsesi terhadap kualitas, kerjasama tim dan komitmen jangka panjang) oleh PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur dipastikan akan menjadikan kualitas pelayanan juga semakin tinggi.

5. **Pengaruh Fokus pada pelanggan, Obsesi Terhadap Kualitas, Kerjasama Tim dan Komitmen Jangka Panjang secara simultan terhadap Kualitas Pelayanan.**

   Pengujian secara simultan yang telah dilakukan, menghasilkan kesimpulan bahwa tingkat *Total Quality Management* (TQM) yang meliputi (fokus pada pelanggan, obsesi terhadap kualitas, kerjasama tim, dan Komitmen jangka panjang) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kualitas pelayanan. Variabel independent X1, X2, X3, X4 secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen Y.

   Pada pengujian ini diperoleh nilai signifikansi 0,000 (0,000 < 0,05)., maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis ke 5 yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dari variabel *Total Quality Management* (fokus pada pelanggan, obsesi terhadap kualitas, kerjasama tim, komitmen jangka Panjang) terhadap kualitas pelayanan **diterima atau terbukti**.

6. **Pengaruh Paling Dominan diantara variabel Fokus Pada Pelanggan, Obsesi Terhadap Kualitas, Kerjasama Tim dan Komitmen Jangka Panjang terhadap Kualitas Pelayanan.**

   Variabel paling dominan merupakan variabel yang paling

mempengaruhi dalam suatu model penelitian. Variabel paling dominan yaitu variabel yang dari hasil analisis regresinya memperoleh nilai beta semakin menjauhi nilai nol (0) dan Signifikan. Dari Hasil uji statistic dalam penelitian ini variabel Komitmen Jangka Panjang (X_4) memperoleh nilai koefisien beta paling jauh dari nol yaitu 0,339 dengan nilai signifikansi 0,000. Dengan demikian Variabel Komitmen Jangka Panjang (X_4) berpengaruh paling dominan terhadap Kualitas Pelayanan PT. PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur.

Hasil penelitian ini semakin membuktikan bahwa betapa pentingnya setiap perusahaan untuk mengerahkan seluruh sumber daya yang dimilikinya secara optimal dengan upaya penerapan TQM agar dapat meningkatkan daya saing perusahaan. Pelayanan menjadi salah satu syarat utama bagi kesuksesan bisnis. Kompetisi global memberikan pilihan kepada konsumen dan mereka semakin sadar biaya dan sadar nilai, dalam meminta produk dan jasa yang berkualitas tinggi. Hal inilah yang mendasari pemikiran akan perlunya suatu sistem manajemen mutu terpadu seperti *Total Quality Management* (TQM) agar dapat menghasilkan berbagai produk dan jasa yang berkualitas tinggi.

BAB. V
KESIMPULAN DAN SARAN.

5.1 Kesimpulan

Dari serangkaian analisis dan pengujian hipotesis dalam penelitian tentang Pengaruh *Total Quality Management (TQM)* terhadap kualitas pelayanan ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial dari *Total Quality Management* (Fokus pada pelanggan, Obsesi terhadap kualitas, Kerjasama tim dan Komitmen Jangka Panjang) terhadap Kualitas Pelayanan PT. PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dari *Total Quality Management* (Fokus pada pelanggan, Obsesi terhadap kualitas, Kerjasama tim, dan Komitmen Jangka Panjang) terhadap Kualitas Pelayanan PT. PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur.
3. Terdapat pengaruh paling dominan dari *Total Quality Management* (variabel Komitmen Jangka Panjang) terhadap Kualitas Pelayanan PT. PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan dalam penelitian ini diketahui bahwa *Total Quality Management* (TQM) baik secara simultan (serentak) maupun parsial (sendiri-sendiri) berpengaruh terhadap kualitas pelayanan PT. PLN, maka dapat disarankan :

1. Bagi Perusahaan

a. Perusahaan harus selalu mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan serta mengupayakan untuk menyelesaikan permasalahan pelanggan dengan

segera dan tepat. Upaya pendekatan dalam rangka membina hubungan yang harmonis dengan pelanggan juga perlu di fokuskan oleh PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur,

b. Pelanggan cenderung menginginkan supaya kebutuhan pasokan listrik selalu terpenuhi. Pemeliharaan jaringan yang dapat menjamin agar listrik tetap menyala tanpa gangguan pemadaman sangat diinginkan oleh pelanggan. Perusahaan wajib menerapkan tarif dasar listrik secara lebih obyektif disesuaikan antara tingkatan klasifikasi konsumsi daya listrik, serta biaya produksinya.

c. Sebagai Pelaku tunggal Penyedia Daya listrik nasional sesuai Undang-Undang yang bertujuan ikut serta mewujudkan kesejahteraan kehidupan masyarakat Indonesia khususnya Area Kabupaten Kutai Timur sebaiknya PT. PLN (Persero) senantiasa memahami fungsinya serta kebutuhan pelanggan dengan baik guna terciptanya Komitmen Jangka Panjang oleh pelanggan terhadap PT. PLN.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

a). Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melengkapi keterbatasan dalam penelitian ini dengan penggunaan variabel TQM yang lain dan memperbanyak jumlah sampel serta cara pengambilan data untuk mendapat hasil penelitian yang lebih maksimal.

b) Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan metode pengumpulan data serta metoda analisis yang lain sehingga semakin diperoleh informasi yang makin obyektif sehingga dapat diperoleh rekomendasi hasil penelitian yang lebih bermanfaat.

Daftar Pustaka

Amalia, Milla.N. (2017). *Pengaruh Sikap Relatif, Komitmen Jangka Panjang Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen. (Studi kasus pada penumpang Air Asia).* Skripsi. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.

Atmoko, Tjipto. (2011). *Standar Operasional Prosedur (SOP) dan Akuntabilitas Kinerja Instansi pemerintah.* Skripsi Unpad. Jakarta.

Augusty, Ferdinand. (2006). *Metodologi Penelitian Manajemen.* Edisi 2. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Bergin, Sarah, (1997), *"Communication is the Key to Customer Success",* Transportation and Distribution, Mar97, Vol. 38 Issue 3, p82.

Dahlgaard, Kristensen, Kanji (2006). *Quality Cost And Total Quality Management*. Jurnal. Vo.3 No.3 pp. 211-21.

Diana. A., dan Tjiptono. F., (2001). *Total Quality Management.* Edisi Revisi.Penerbit Andi, Yogyakarta.

Gaspersz, Vincent. (2003). *Total Quality Management*, Jakarta: PT Gramedia: Pustaka Utama

Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.Semarang : Badan Penerbit Undip.

Gronroos, C. (2001), *Service Management and Marketing, 2nd ed*., Wiley, New York, NY.

Hardjosoedarmo, Soewarso, 2002, *Total Quality Management,* Yogyakarta, Andi Ofset.

Hasan, M. Iqbal, (2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Ghalia Indonesia, Bogor.

Kadir, 2015, *Statistika Terapan*, Jakarta : PT.Raja Grafindo Perkasa.

Kilis, Alfiano Patrik. 2015. *Penerapan Standar Operasional Prosedur Dalam Pelaksanaan Tugas Pemerintah Kecamatan Malalayang Kota Manado.* Skripsi Jurusan Ilmu Pemerintahan FISIP UNSRAT.

Lewis, Carol W. dan Stuart C. Gilman. 2005. *The Ethics Challenge in Public Service : A problem-Solving Guide. Market Street.* San Fransisco : Jossey-Bass.

Mononimbar, Chrisye N. (2013). *Total Quality Management (TQM, Pengaruhnya terhadap Kinerja Pelayanan Islami dan Kepuasan Konsumen Pada PT. Taspen Manado.* Jurnal EMBA 1041 Vol.1 No.3 September 2013, Hal. 1041-1048

Mustafa, Hasan. (2000). *Teknik Sampling*. Jakarta: Erlangga.

Munro, Lesley dan Malcolm. (1996). *Menerapkan Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: PT Gramedia

Nasution, S. (2009). *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara, cet. ke-11. Nasution.

(2010).

Nasution, Nur. (2015). Manajemen Mutu Terpadu Bogor: Ghalia Indonesia, edisi ketiga.

Nugroho, Agung. (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistic Penelitian Dengan SPSS*. Andi Jogyakarta

Parast, Mahour Mellat. (2006), *The Effect Of Quality Management Practices On Operational And Business Results In The Petroleum Industry In Iran* .Dissertation. University Of Nebraska.

Purnama, Nursya'bani. (2006). *Manajemen Kualitas Perspektif Global*. Cetakan Pertama. Edisi Pertama. Penerbit Ekonisia, Yogyakarta.

Rahman, Fajri Ziha. (2011). *Penerapan Total Quality Management (TQM) Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pelayanan Islami dan Kepuasan Konsumen Di Rumah Sakit Islam Kendal.* Skripsi. Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negri Walisongo

Rochma, Like Puspita. (2009). *Analisis Pengaruh Implementasi Total Quality Management terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan di PT. PLN (Persero) APJ Surakarta*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Sinha, Neena. (2016) *Effect Of TQM Principles On Performance Of Indian SMEs : The Case Of Automotive Supply Chain.* GGS Indraprastha University, Delhi, India.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung : Alfabeta

Tjiptono, Fandy. (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi

Tjiptono, Fandy & Anastasia Diana. (2003). *Total Quality Management*. Yogyakarta : Andi Offset.

Tjiptono, Fandy & Chandra, Gregorius (2015). *Service, Quality* dan *Satisfaction*. Edisi 4. Yogyakarta : Andi Offset

Tjiptono, Fandy dan Diana, Anastasia. (2005). Total quality Management. Edisi 5.

Yogyakarta : Andi Offset.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Candra. (2005). *Manajemen Kualitas Jasa.* Yogyakarta : Andi Offset.

Yamit, Zulian. (2004). *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta: Ekonosia

Yamit, Zulian, (2005). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Edisi Pertama Cetakan Keempat. Penerbit Ekonisia, Yogyakarta.

Yamit, Zulian. (2010). *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta. Ekonesia.

KUESIONER

Bapak/ Ibu/Saudara pelanggan PT. PLN (Persero) area Kabupaten Kutai Timur yang terhormat. Dalam rangka penelitian saya yang berjudul **"Pengaruh Penerapan Total Quality Manajemen (TQM) Terhadap Kualitas Pelayanan Pada PT. PLN (Persero) Area Kabupaten Kutai Timur"**, mohon bantuan dari Bapak/Ibu/Saudara untuk dapat berpartisipasi mengisi kesioner ini.

Kuesioner ini semata-mata hanya untuk tujuan penelitian, bukan untuk tujuan lainnya. Kuesioner ini terdiri dari 25 pertanyaan. Mohon untuk memberikan jawaban terhadap semua pertanyaan yang ada. Saat mengisi jawaban dimohon jangan sampai berhenti untuk dilanjutkan dengan jeda waktu, sebab hal ini akan menyebabkan informasi yang diberikan menjadi tidak valid.

Silahkan menjawab pertanyaan-pertanyaan di bawah ini sesuai dengan penilaian anda. Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk meluangkan waktu dan mengisi kuesioner ini, saya mengucapkan banyak terimakasih.

PETUNJUK PENGISIAN :

Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dibawah ini, Bapak/Ibu/Saudara cukup membubuhkan tanda silang (X) pada kolom tersedia yang mewakili pilihan pendapat anda.

DATA RESPONDEN

1. Jenis kelamin : ☐ Laki-laki
   ☐ Perempuan

2. Usia : ☐ Kurang dari 20 Tahun
   ☐ 20 Tahun sd 30 Tahun
   ☐ 31 Tahun sd 40 Tahun
   ☐ Lebih dari 40 Tahun

3. Status : ☐ Menikah

☐ Tidak/Belum menikah

4. Pendidikan terakhir : ☐ SD

☐ SMP

☐ SMA

☐ Diploma (D1/D2/D3)

☐ Sarjana (S1)

☐ Pasca Sarjana/Doktoral (S2/S3)

5. Pekerjaan Utama : ☐ PNS /TNI / POLRI

☐ Karyawan Swasta

☐ Wiraswasta / Usahawan

☐ Pelajar / Mahasiswa

☐ Lainnya (sebutkan ……..

6. Penghasilan ☐ Kurang dari Rp. 3 Juta

Rata-rata per bulan ☐ Rp. 3 Juta sd Rp. 5 Juta

☐ Lebih dari Rp. 5 Juta sd Rp. 7 Juta

☐ Lebih dari Rp. 7 Juta sd Rp. 10 Juta

☐ Lebih dari Rp. 10 Juta

7. Untuk menjawabpertanyaan-pertanyaan berikut ini, silahkan anda memberikan tanda silang (X) pada kolom tersedia yang sesuai dengan pilihan pendapat anda.

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

DAFTAR PERTANYAAN

A. Fokus Pada Pelanggan

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	PT. PLN (Persero) Area Kutai Timur mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan baik					
2	PT. PLN (Persero) Area Kutai Timur dalam kegiatan pelayanannya telah menugaskan petugas yang professional demi kepuasan pelanggan.					
3	PT. PLN (Persero) Area Kutai Timur selalu mengidentifikasi dan menyelesaikan permasalahan pelanggan secara cepat dan tepat.					
4	PT. PLN (Persero) Area Kutai Timur selalu bersedia menerima informasi pengaduan keluhan pelanggan dengan baik.					
5	PT. PLN melakukan pendekatan kepada pelanggan dengan cara membina hubungan yang harmonis.					
6	PT. PLN selalu meningkatkan pengelolaan jaringan dan penyediaan listrik kepada pelanggan dengan baik secara terus menerus.					

B. Obsesi Terhadap Kualitas

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Pasokan daya listrik dari PT. PLN (Persero) Area Kutai Timur mampu mencukupi kebutuhan pelanggan.					
2	Pelanggan mengetahui adanya produk listrik pintar/ system prabayar					
3	Tegangan (voltage) listrik yang dialirkan ke pelanggan stabil.					
4	PT. PLN (Persero) Area Kutai Timur selalu melakukan perbaikan ketika terjadi gangguan dengan cepat dan tanggap.					
5	PT. PLN selalu melakukan perbaikan/pemeliharaan jaringan instalasi listrik secara berkala					
6	Pemeliharaan jaringan mampu menjamin listrik tetap menyala tanpa adanya gangguan pemadaman.					
7	Produk, peralatan dan fasilitas yang digunakan PT. PLN memadai dan berkualitas.					
8	Tarif dasar listrik dirasa cukup sepadan dengan pelayanan yang diberikan.					

C. Kerjasama Tim

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Setiap karyawan/petugas PT. PLN mampu menjalankan kerjasama timnya dengan baik.					

2	Terdapat sinergi antar karyawan/petugas dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.					
3	Setiap karyawan/petugas memberikan pelayanan secara maksimal tanpa membeda-bedakan pelanggan.					
4	Karyawan/petugas dapat memberikan informasi dengan jelas apa yang dibutuhkan pelanggan.					
5	Dalam pelaksanaan pelayanan kepada pelanggan, karyawan/petugas meminimalisir terjadinya konflik/pertengkaran antar karyawan.					
6	Kerjasama yang baik antar karyawan/petugas membuat pelayanan pelanggan menjadi cepat dan efektif.					

D. Komitmen Jangka Panjang

No.	**Pernyataan**	**Pilihan Jawaban**				
		STS	**TS**	**N**	**S**	**SS**
1	Pelayanan PT. PLN kepada pelanggan selama ini memberikan saya rasa kepercayaan kepada PLN.					
2	Sebagai pelanggan, saya merasa mempunyai hubungan yang tinggi terhadap PT. PLN.					
3	Saya merasa puas terhadap pelayanan PT. PLN selama ini.					
4	PT. PLN mengetahui dan memahami kebutuhan saya sebagai pelanggan.					
5	Saya merasa sangat membutuhkan PT. PLN (Persero) Area Kutai Timur dalam waktu yang sangat lama.					

E. Kualitas Pelayanan

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	PT. PLN menjamin kepastian aktivasi aliran listrik ke pelanggan sesuai waktu yang ditetapkan setelah pelanggan menyelesaikan kewajiban proses registrasi dan pembayaran.					
2	Petugas unit pelayanan lapangan menjamin keamanan dan kenyamanan pelanggan pada saat proses instalasi termasuk pengecekan untuk pemeliharaan.					
3	PT. PLN selalu menyampaikan informasi pemadaman lebih awal melalui media elektronik/sosial dalam hal rencana pemadaman untuk pemeliharaan.					
4	PT. PLN tanggap dan cepat segera melakukan tindakan dalam hal terjadi kerusakan jaringan/keadaan darurat.					
5	PT. PLN tidak membeda-bedakan status sosial pelanggan dalam memberikan pelayanannya.					

TABEL REKAPITULASI JENIS KELAMIN RESPONDEN

Jumlah Responden	Jenis Kelamin	
	Pria	Wanita
150	74	76

TABEL REKAPITULASI USIA RESPONDEN

Jumlah Responden	Usia Responden			
	< 20 Th	20 sd 30 Th	31 sd 40 Th	> 40 Th
150	8	33	55	54

TABEL REKAPITULASI STATUS PERKAWINAN

Nomor Responden	Status Perkawinan	
	Menikah	Tidak/belum menikah
150	125	25

TABEL REKAPITULASI PENDIDIKAN TERAKHIR RESPONDEN

Jumlah Responden	Pendidikan terakhir					
	SD	SMP	SMA	Diploma	Sarjana	Pasca Sarjana
150	1	13	58	7	49	22

TABEL REKAPITULASI JENIS PEKERJAAN RESPONDEN

Jumlah Responden	Pekerjaan Utama				
	PNS/TNI/Polri	Karyawan Swasta	Wira Usaha	Pelajar/ Mahasiswa	Lainnya..
150	38	28	29	0	49

TABEL REKAPITULASI PENGHASILAN RATA-RATA RESPONDEN

Jumlah Responden	Penghasilan Rata-rata				
	< 3 Jt	3 sd 5 Jt	> 5 Jt sd 7 Jt	> 7 Jt sd 10 Jt	> 10 Jt
150	72	36	23	11	8

TABEL KARAKTERISTIK RESPONDEN

Nomor Responden	Data Karakteristik					
	Jenis kelamin	Usia	Status	Pendidikan	Pekerjaan	Penghasilan
1	Pria	20 sd 30 Th	Tidak menikah	Sarjana	Lainnya	< 3 Jt
2	Wanita	> 40 Th	Menikah	SMA	Lainnya	< 3 Jt
3	Wanita	> 40 Th	Menikah	SMA	Lainnya	> 5 Jt sd 7 jt
4	Wanita	> 40 Th	Menikah	Sarjana	PNS/TNI/Polri	> 5 Jt sd 7 jt
5	Wanita	31 sd 40 Th	Menikah	SMP	Wirausaha	< 3 Jt
6	Pria	20 sd 30 Th	Tidak menikah	Sarjana	Lainnya	< 3 Jt
7	Wanita	31 sd 40 Th	Menikah	SMA	Wirausaha	< 3 Jt
8	Wanita	> 40 Th	Menikah	Sarjana	Lainnya	> 5 Jt sd 7 jt
9	Pria	20 sd 30 Th	Tidak menikah	Sarjana	Lainnya	< 3 Jt
10	Wanita	31 sd 40 Th	Menikah	SMA	Wirausaha	< 3 Jt
11	Wanita	> 40 Th	Menikah	SMP	Lainnya	< 3 Jt
12	Wanita	31 sd 40 Th	Menikah	SMP	Lainnya	< 3 Jt
13	Wanita	31 sd 40 Th	Menikah	SMP	Lainnya	< 3 Jt
14	Wanita	> 40 Th	Menikah	Sarjana	Lainnya	< 3 Jt
15	Pria	20 sd 30 Th	Tidak menikah	Sarjana	Lainnya	< 3 Jt
16	Wanita	31 sd 40 Th	Menikah	SMA	Lainnya	> 5 Jt sd 7 jt
17	Wanita	> 40 Th	Menikah	Sarjana	Lainnya	< 3 Jt
18	Wanita	> 40 Th	Menikah	SMA	Wirausaha	< 3 Jt
19	Pria	> 40 Th	Menikah	SMA	Karyawan	3 sd 5 Jt
20	Wanita	> 40 Th	Menikah	Sarjana	PNS/TNI/Polri	3 sd 5 Jt
21	Wanita	> 40 Th	Menikah	Sarjana	Lainnya	< 3 Jt
22	Wanita	> 40 Th	Menikah	Sarjana	Karyawan	> 5 Jt sd 7 jt
23	Wanita	31 sd 40 Th	Tidak menikah	SMP	Karyawan	< 3 Jt
24	Wanita	31 sd 40 Th	Menikah	SMA	Lainnya	> 7 Jt sd 10 Jt
25	Pria	20 sd 30 Th	Tidak menikah	Sarjana	Lainnya	< 3 Jt
26	Pria	31 sd 40 Th	Menikah	Pasca Sarjana	PNS/TNI/Polri	3 sd 5 Jt
27	Pria	> 40 Th	Menikah	Sarjana	PNS/TNI/Polri	3 sd 5 Jt
28	Pria	31 sd 40 Th	Menikah	Sarjana	Karyawan	3 sd 5 Jt
29	Pria	31 sd 40 Th	Menikah	Sarjana	Lainnya	< 3 Jt
30	Pria	> 40 Th	Menikah	Pasca Sarjana	PNS/TNI/Polri	3 sd 5 Jt
31	Wanita	31 sd 40 Th	Menikah	SMA	PNS/TNI/Polri	3 sd 5 Jt
32	Pria	20 sd 30 Th	Tidak menikah	Sarjana	Lainnya	< 3 Jt
33	Pria	31 sd 40 Th	Menikah	Pasca Sarjana	PNS/TNI/Polri	3 sd 5 Jt
34	Wanita	31 sd 40 Th	Menikah	SMA	Lainnya	< 3 Jt
35	Wanita	31 sd 40 Th	Menikah	SMP	Lainnya	> 5 Jt sd 7 jt
36	Wanita	31 sd 40 Th	Menikah	SMA	Lainnya	< 3 Jt
37	Wanita	31 sd 40 Th	Menikah	SMA	Lainnya	< 3 Jt
38	Pria	> 40 Th	Menikah	Pasca Sarjana	PNS/TNI/Polri	> 5 Jt sd 7 jt
39	Pria	> 40 Th	Menikah	SMA	Karyawan	3 sd 5 Jt
40	Wanita	< 20 Th	Tidak menikah	SMA	Mahasiswa	< 3 Jt
41	Wanita	31 sd 40 Th	Menikah	SD	Lainnya	< 3 Jt
42	Pria	20 sd 30 Th	Tidak menikah	SMA	Mahasiswa	< 3 Jt
43	Wanita	> 40 Th	Menikah	SMP	Lainnya	< 3 Jt

	44	Pria	< 20 Th	Tidak menikah	SMA	Wirausaha	< 3 Jt
	45	Wanita	> 40 Th	Menikah	Pasca Sarjana	PNS/TNI/Polri	3 sd 5 Jt
	46	Wanita	20 sd 30 Th	Tidak menikah	Sarjana	Karyawan	< 3 Jt
	47	Pria	20 sd 30 Th	Menikah	Sarjana	PNS/TNI/Polri	> 7 Jt sd 10 Jt
	48	Pria	> 40 Th	Menikah	SMA	PNS/TNI/Polri	< 3 Jt
	49	Pria	> 40 Th	Menikah	Sarjana	PNS/TNI/Polri	3 sd 5 Jt
	50	Pria	31 sd 40 Th	Menikah	Sarjana	PNS/TNI/Polri	3 sd 5 Jt
	51	Wanita	< 20 Th	Tidak menikah	SMA	Karyawan	< 3 Jt
	52	Pria	31 sd 40 Th	Menikah	SMA	PNS/TNI/Polri	< 3 Jt
	53	Pria	> 40 Th	Menikah	SMA	Lainnya	< 3 Jt
	54	Pria	20 sd 30 Th	Menikah	Sarjana	Karyawan	3 sd 5 Jt
	55	Pria	31 sd 40 Th	Menikah	Sarjana	PNS/TNI/Polri	3 sd 5 Jt
	56	Wanita	20 sd 30 Th	Menikah	SMA	Karyawan	< 3 Jt
	57	Wanita	> 40 Th	Menikah	Diploma	PNS/TNI/Polri	3 sd 5 Jt
	58	Pria	< 20 Th	Tidak menikah	Sarjana	Lainnya	< 3 Jt
	59	Pria	31 sd 40 Th	Menikah	Pasca Sarjana	PNS/TNI/Polri	> 10 Jt
	60	Wanita	31 sd 40 Th	Menikah	SMA	Lainnya	< 3 Jt
	61	Wanita	20 sd 30 Th	Tidak menikah	SMA	Lainnya	< 3 Jt
	62	Pria	> 40 Th	Menikah	Sarjana	PNS/TNI/Polri	3 sd 5 Jt
	63	Wanita	31 sd 40 Th	Menikah	SMA	Lainnya	< 3 Jt
	64	Wanita	20 sd 30 Th	Menikah	SMA	Lainnya	< 3 Jt
	65	Pria	31 sd 40 Th	Menikah	SMA	Wirausaha	3 sd 5 Jt
	66	Pria	31 sd 40 Th	Menikah	Sarjana	PNS/TNI/Polri	> 5 Jt sd 7 jt
	67	Wanita	20 sd 30 Th	Menikah	Sarjana	Lainnya	< 3 Jt
	68	Wanita	> 40 Th	Menikah	Sarjana	PNS/TNI/Polri	> 5 Jt sd 7 jt
	69	Pria	31 sd 40 Th	Menikah	Sarjana	PNS/TNI/Polri	3 sd 5 Jt
	70	Pria	31 sd 40 Th	Menikah	SMP	Wirausaha	< 3 Jt
	71	Pria	20 sd 30 Th	Menikah	SMA	Wirausaha	< 3 Jt
	72	Pria	31 sd 40 Th	Menikah	Sarjana	PNS/TNI/Polri	3 sd 5 Jt
	73	Pria	20 sd 30 Th	Tidak menikah	SMA	Lainnya	< 3 Jt
	74	Pria	20 sd 30 Th	Tidak menikah	Sarjana	Lainnya	< 3 Jt
	75	Pria	20 sd 30 Th	Tidak menikah	SMA	Mahasiswa	< 3 Jt
	76	Pria	31 sd 40 Th	Tidak menikah	Sarjana	Karyawan	> 5 Jt sd 7 jt
	77	Wanita	> 40 Th	Menikah	Pasca Sarjana	PNS/TNI/Polri	> 10 Jt
	78	Wanita	> 40 Th	Menikah	Pasca Sarjana	PNS/TNI/Polri	> 7 Jt sd 10 Jt
	79	Wanita	31 sd 40 Th	Menikah	Sarjana	PNS/TNI/Polri	3 sd 5 Jt
	80	Pria	< 20 Th	Tidak menikah	SMA	Mahasiswa	< 3 Jt
	81	Pria	31 sd 40 Th	Menikah	SMA	Wirausaha	3 sd 5 Jt
	82	Pria	> 40 Th	Menikah	SMP	Wirausaha	< 3 Jt
	83	Pria	> 40 Th	Menikah	SMP	Wirausaha	3 sd 5 Jt
	84	Pria	31 sd 40 Th	Menikah	Pasca Sarjana	Karyawan	> 10 Jt
	85	Pria	20 sd 30 Th	Menikah	Sarjana	PNS/TNI/Polri	> 7 Jt sd 10 Jt
	86	Pria	20 sd 30 Th	Tidak menikah	SMA	Karyawan	3 sd 5 Jt
	87	Pria	31 sd 40 Th	Menikah	Pasca Sarjana	PNS/TNI/Polri	> 5 Jt sd 7 jt
	88	Pria	< 20 Th	Menikah	SMA	Karyawan	3 sd 5 Jt

	89	Pria	> 40 Th	Menikah	SMA	Wirausaha	> 5 Jt sd 7 jt
	90	Pria	> 40 Th	Menikah	Pasca Sarjana	Karyawan	> 7 Jt sd 10 Jt
	91	Pria	31 sd 40 Th	Menikah	Pasca Sarjana	Wirausaha	> 5 Jt sd 7 jt
	92	Pria	< 20 Th	Tidak menikah	SMA	Mahasiswa	< 3 Jt
	93	Pria	31 sd 40 Th	Menikah	Sarjana	Karyawan	> 10 Jt
	94	Pria	20 sd 30 Th	Menikah	Sarjana	Lainnya	< 3 Jt
	95	Pria	> 40 Th	Menikah	Pasca Sarjana	PNS/TNI/Polri	> 10 Jt
	96	Pria	> 40 Th	Menikah	Pasca Sarjana	Karyawan	> 10 Jt
	97	Pria	> 40 Th	Menikah	Sarjana	Wirausaha	> 10 Jt
	98	Pria	20 sd 30 Th	Tidak menikah	SMA	Karyawan	3 sd 5 Jt
	99	Pria	31 sd 40 Th	Menikah	SMA	Wirausaha	> 5 Jt sd 7 jt
	100	Pria	< 20 Th	Tidak menikah	Sarjana	Mahasiswa	< 3 Jt
	101	Pria	31 sd 40 Th	Menikah	SMA	Wirausaha	> 5 Jt sd 7 jt
	102	Wanita	> 40 Th	Menikah	Sarjana	PNS/TNI/Polri	> 5 Jt sd 7 jt
	103	Pria	> 40 Th	Menikah	Pasca Sarjana	Karyawan	> 7 Jt sd 10 Jt
	104	Pria	31 sd 40 Th	Menikah	Pasca Sarjana	PNS/TNI/Polri	> 7 Jt sd 10 Jt
	105	Pria	20 sd 30 Th	Menikah	Diploma	Karyawan	> 5 Jt sd 7 jt
	106	Pria	20 sd 30 Th	Menikah	Pasca Sarjana	Wirausaha	> 7 Jt sd 10 Jt
	107	Pria	31 sd 40 Th	Menikah	Sarjana	Karyawan	3 sd 5 Jt
	108	Pria	20 sd 30 Th	Menikah	Diploma	PNS/TNI/Polri	> 5 Jt sd 7 jt
	109	Pria	31 sd 40 Th	Menikah	SMA	Karyawan	3 sd 5 Jt
	110	Pria	20 sd 30 Th	Menikah	SMA	Karyawan	> 5 Jt sd 7 jt
	111	Pria	> 40 Th	Menikah	Diploma	Karyawan	> 7 Jt sd 10 Jt
	112	Pria	> 40 Th	Menikah	SMA	Karyawan	> 5 Jt sd 7 jt
	113	Pria	20 sd 30 Th	Tidak menikah	SMA	Karyawan	> 7 Jt sd 10 Jt
	114	Pria	> 40 Th	Menikah	SMA	Karyawan	< 3 Jt
	115	Pria	> 40 Th	Menikah	Diploma	Lainnya	< 3 Jt
	116	Wanita	20 sd 30 Th	Menikah	SMA	Wirausaha	< 3 Jt
	117	Wanita	> 40 Th	Menikah	SMA	Wirausaha	< 3 Jt
	118	Wanita	31 sd 40 Th	Menikah	SMA	Wirausaha	< 3 Jt
	119	Wanita	31 sd 40 Th	Menikah	Sarjana	Lainnya	< 3 Jt
	120	Wanita	> 40 Th	Menikah	SMA	Wirausaha	< 3 Jt
	121	Wanita	> 40 Th	Menikah	SMA	Lainnya	< 3 Jt
	122	Wanita	31 sd 40 Th	Menikah	SMA	Karyawan	< 3 Jt
	123	Wanita	> 40 Th	Menikah	SMA	Lainnya	< 3 Jt
	124	Wanita	> 40 Th	Menikah	SMA	Lainnya	< 3 Jt
	125	Wanita	> 40 Th	Tidak menikah	Sarjana	PNS/TNI/Polri	3 sd 5 Jt
	126	Wanita	> 40 Th	Menikah	SMP	Lainnya	3 sd 5 Jt
	127	Wanita	31 sd 40 Th	Menikah	SMA	Wirausaha	3 sd 5 Jt
	128	Wanita	> 40 Th	Menikah	Sarjana	Lainnya	< 3 Jt
	129	Wanita	31 sd 40 Th	Menikah	Sarjana	Wirausaha	< 3 Jt
	130	Wanita	> 40 Th	Menikah	SMP	Wirausaha	> 5 Jt sd 7 jt
	131	Wanita	20 sd 30 Th	Menikah	Sarjana	Lainnya	< 3 Jt
	132	Wanita	31 sd 40 Th	Menikah	Pasca Sarjana	PNS/TNI/Polri	> 7 Jt sd 10 Jt
	133	Wanita	31 sd 40 Th	Menikah	SMA	Lainnya	< 3 Jt

134	Wanita	31 sd 40 Th	Menikah	SMA	Lainnya	3 sd 5 Jt
135	Wanita	> 40 Th	Menikah	SMA	Wirausaha	< 3 Jt
136	Wanita	> 40 Th	Menikah	Sarjana	Lainnya	< 3 Jt
137	Wanita	31 sd 40 Th	Menikah	Diploma	Wirausaha	< 3 Jt
138	Wanita	> 40 Th	Menikah	SMA	Lainnya	< 3 Jt
139	Wanita	> 40 Th	Menikah	SMA	Wirausaha	> 10 Jt
140	Wanita	20 sd 30 Th	Menikah	SMP	Wirausaha	3 sd 5 Jt
141	Wanita	> 40 Th	Menikah	SMA	Wirausaha	3 sd 5 Jt
142	Pria	> 40 Th	Menikah	Pasca Sarjana	PNS/TNI/Polri	> 5 Jt sd 7 jt
143	Wanita	31 sd 40 Th	Menikah	Pasca Sarjana	PNS/TNI/Polri	3 sd 5 Jt
144	Wanita	31 sd 40 Th	Menikah	Pasca Sarjana	PNS/TNI/Polri	> 5 Jt sd 7 jt
145	Wanita	20 sd 30 Th	Menikah	Sarjana	Lainnya	< 3 Jt
146	Wanita	20 sd 30 Th	Menikah	Sarjana	Lainnya	< 3 Jt
147	Wanita	31 sd 40 Th	Menikah	Sarjana	Lainnya	< 3 Jt
148	Wanita	31 sd 40 Th	Menikah	Sarjana	PNS/TNI/Polri	3 sd 5 Jt
149	Wanita	31 sd 40 Th	Menikah	Pasca Sarjana	PNS/TNI/Polri	3 sd 5 Jt
150	Wanita	20 sd 30 Th	Menikah	Diploma	Karyawan	< 3 Jt

PENGUJIAN VALIDITAS X1

```
CORRELATIONS
  /VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 TOTAL
  /PRINT=TWOTAIL NOSIG
  /MISSING=PAIRWISE.
```

Correlations

[DataSet0]

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.553**	.517**	.483**	.381**	.551**	.742**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X1.2	Pearson Correlation	.553**	1	.576**	.542**	.479**	.512**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X1.3	Pearson Correlation	.517**	.576**	1	.698**	.616**	.612**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X1.4	Pearson Correlation	.483**	.542**	.698**	1	.608**	.476**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X1.5	Pearson Correlation	.381**	.479**	.616**	.608**	1	.604**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X1.6	Pearson Correlation	.551**	.512**	.612**	.476**	.604**	1	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
TOTAL	Pearson Correlation	.742**	.771**	.850**	.800**	.775**	.796**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

PENGUJIAN VALIDITAS X2

```
CORRELATIONS
  /VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.6 X2.7 X2.8 TOTAL
  /PRINT=TWOTAIL NOSIG
  /MISSING=PAIRWISE.
```

Correlations

[DataSet0]

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.510**	.523**	.401**	.368**	.351**	.379**	.421**	.667**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X2.2	Pearson Correlation	.510**	1	.358**	.336**	.490**	.394**	.426**	.266**	.637**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X2.3	Pearson Correlation	.523**	.358**	1	.545**	.450**	.459**	.532**	.450**	.680**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X2.4	Pearson Correlation	.401**	.336**	.545**	1	.506**	.389**	.469**	.422**	.635**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X2.5	Pearson Correlation	.368**	.490**	.450**	.506**	1	.500**	.448**	.282**	.679**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150

X2.6	Pearson Correlation	.351**	.394**	.459**	.389**	.500**	1	.612**	.432**	.661**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X2.7	Pearson Correlation	.379**	.426**	.532**	.469**	.448**	.612**	1	.495**	.691**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
X2.8	Pearson Correlation	.421**	.266**	.450**	.422**	.282**	.432**	.495**	1	.600**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
TOTAL	Pearson Correlation	.667**	.637**	.680**	.635**	.679**	.661**	.691**	.600**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

PENGUJIAN VALIDITAS X3

```
CORRELATIONS
  /VARIABLES=X3.1 X3.2 X3.3 X3.4 X3.5 X3.6 TOTAL
  /PRINT=TWOTAIL NOSIG
  /MISSING=PAIRWISE.
```

Correlations

[DataSet0]

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.690**	.495**	.459**	.516**	.490**	.753**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X3.2	Pearson Correlation	.690**	1	.588**	.577**	.566**	.573**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X3.3	Pearson Correlation	.495**	.588**	1	.627**	.481**	.496**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X3.4	Pearson Correlation	.459**	.577**	.627**	1	.467**	.560**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X3.5	Pearson Correlation	.516**	.566**	.481**	.467**	1	.665**	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000

	N	150	150	150	150	150	150	150
X3.6	Pearson Correlation	.490**	.573**	.496**	.560**	.665**	1	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
TOTAL	Pearson Correlation	.753**	.832**	.778**	.776**	.787**	.815**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

PENGUJIAN VALIDITAS X4

```
CORRELATIONS
  /VARIABLES=X4.1 X4.2 X4.3 X4.4 X4.5 TOTAL
  /PRINT=TWOTAIL NOSIG
  /MISSING=PAIRWISE.
```

Correlations

```
[DataSet0]
```

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	TOTAL
X4.1	Pearson Correlation	1	.614**	.586**	.436**	.361**	.808**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150
X4.2	Pearson Correlation	.614**	1	.507**	.511**	.297**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150
X4.3	Pearson Correlation	.586**	.507**	1	.530**	.248**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.002	.000
	N	150	150	150	150	150	150
X4.4	Pearson Correlation	.436**	.511**	.530**	1	.307**	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150
X4.5	Pearson Correlation	.361**	.297**	.248**	.307**	1	.576**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000		.000
	N	150	150	150	150	150	150
TOTAL	Pearson Correlation	.808**	.790**	.790**	.749**	.576**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

PENGUJIAN VALIDITAS Y

```
CORRELATIONS
  /VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 Y.4 Y.5 TOTAL
  /PRINT=TWOTAIL NOSIG
  /MISSING=PAIRWISE.
```

Correlations

```
[DataSet0]
```

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.607**	.366**	.347**	.514**	.730**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150
Y.2	Pearson Correlation	.607**	1	.548**	.514**	.714**	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150
Y.3	Pearson Correlation	.366**	.548**	1	.479**	.454**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150
Y.4	Pearson Correlation	.347**	.514**	.479**	1	.599**	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150
Y.5	Pearson Correlation	.514**	.714**	.454**	.599**	1	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150	150	150
TOTAL	Pearson Correlation	.730**	.864**	.766**	.721**	.819**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

PENGUJIAN RELIABILITAS X1

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

```
[DataSet0]
```

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	150	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.878	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	17.64	13.668	.614	.870
X1.2	17.38	13.754	.664	.861
X1.3	17.62	12.828	.768	.843
X1.4	17.39	13.556	.705	.854
X1.5	17.64	13.749	.670	.860
X1.6	17.43	13.307	.692	.856

PENGUJIAN RELIABILITAS X2

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.6 X2.7 X2.8
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

```
[DataSet0]
```

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	150	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.859	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	23.91	26.107	.582	.844
X2.2	23.56	27.214	.539	.849
X2.3	23.73	24.841	.667	.834
X2.4	23.41	26.029	.608	.841
X2.5	23.66	26.830	.600	.843
X2.6	23.91	24.294	.625	.840
X2.7	23.52	25.204	.684	.832
X2.8	23.99	25.288	.551	.849

PENGUJIAN RELIABILITAS X3

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=X3.1 X3.2 X3.3 X3.4 X3.5 X3.6
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

```
[DataSet0]
```

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	150	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.877	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	17.88	12.281	.654	.862
X3.2	17.97	11.589	.754	.846
X3.3	17.93	11.491	.665	.860
X3.4	17.82	11.786	.673	.858
X3.5	18.03	11.422	.678	.857
X3.6	17.81	10.690	.700	.855

PENGUJIAN RELIABILITAS X4

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=X4.1 X4.2 X4.3 X4.4 X4.5
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

```
[DataSet0]
```

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	150	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.799	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	14.48	6.506	.678	.730
X4.2	14.53	6.560	.648	.739
X4.3	14.73	6.251	.625	.747
X4.4	14.57	6.851	.592	.758
X4.5	14.07	7.861	.374	.818

PENGUJIAN RELIABILITAS Y

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 Y.4 Y.5
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

```
[DataSet0]
```

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	150	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.828	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	13.70	4.252	.560	.813
Y.2	14.19	3.925	.772	.752
Y.3	14.87	3.781	.563	.827
Y.4	13.98	4.664	.598	.806
Y.5	14.25	4.217	.716	.773

PENGUJIAN NORMALITAS SPSS 23

```
SAVE OUTFILE='E:\SKRIPSI ANDIKA\PROPOSAL\DATA INPUT.sav'
  /COMPRESSED.
REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT PELAYANAN
  /METHOD=ENTER FOKUS OBSESI KERJASAMA KOMITMEN
  /SAVE RESID.


NPAR TESTS
  /K-S(NORMAL)=RES_1
  /MISSING ANALYSIS.
```

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		134
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.19403346
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.052
	Negative	.057
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

PENGUJIAN MULTIKOLINIERITAS SPSS23

```
DATASET ACTIVATE DataSet1.
DATASET CLOSE DataSet0.

SAVE OUTFILE='E:\SKRIPSI ANDIKA\PROPOSAL\DATA INPUT ELIMINASI.sav'
  /COMPRESSED.
REGRESSION
  /DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL ZPP
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT PELAYANAN
  /METHOD=ENTER FOKUS OBSESI KERJASAMA KOMITMEN
  /SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED)
  /RESIDUALS DURBIN HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID)
  /SAVE RESID.
```

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X4, X2, X1, X3[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.899	.825		5.937	.000					
	X1	.278	.042	.476	6.616	.000	.733	.503	.332	.486	2.058
	X2	.075	.035	.171	2.113	.037	.513	.183	.106	.383	2.608
	X3	.125	.049	.196	2.560	.012	.576	.220	.128	.429	2.329
	X4	.339	.055	.417	6.187	.000	.723	.478	.310	.552	1.810

a. Dependent Variable: Y

PENGUJIAN HETEROSKEDASTISITAS SPSS 23

```
GET
  FILE='E:\SKRIPSI ANDIKA\PROPOSAL\DATA INPUT ELIMINASI.sav'.
DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.
COMPUTE RES2=ABS_RES(RES_1).
EXECUTE.
REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT RES2
  /METHOD=ENTER FOKUS OBSESI KERJASAMA KOMITMEN.
```

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X4, X2, X1, X3[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: RES2

b. All requested variables entered.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.440	.496		.887	.377
	X1	.012	.025	.060	.485	.628
	X2	.035	.021	.228	1.646	.102
	X3	.056	.029	.249	1.901	.060
	X4	.055	.033	.194	1.680	.095

a. Dependent Variable: RES2

PENGUJIAN REGRESI SPSS 23

```
COMPUTE RES2=ABS_RES(RES_1).
EXECUTE.
REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT RES2
  /METHOD=ENTER FOKUS OBSESI KERJASAMA KOMITMEN.
```

Regression

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X4, X2, X1, X3[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: RES2

b. All requested variables entered.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.899	.825		5.937	.000
	X1	.278	.042	.476	6.616	.000
	X2	.075	.035	.171	2.113	.037
	X3	.125	.049	.196	2.560	.012
	X4	.339	.055	.417	6.187	.000

a. Dependent Variable: Y

UJI-F SIMULTAN SPSS 23

```
COMPUTE RES2=ABS_RES(RES_1).
EXECUTE.
REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT RES2
  /METHOD=ENTER FOKUS OBSESI KERJASAMA KOMITMEN.
```

Regression

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X4, X2, X1, X3[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: RES2

b. All requested variables entered.

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	394.977	4	98.744	67.176	.000[b]
	Residual	189.620	129	1.470		
	Total	584.597	133			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3

PENGUJIAN UJI t PARSIAL SPSS 23

```
COMPUTE RES2=ABS_RES(RES_1).
EXECUTE.
REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT RES2
  /METHOD=ENTER FOKUS OBSESI KERJASAMA KOMITMEN.
```

Regression

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X4, X2, X1, X3[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: RES2

b. All requested variables entered.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.899	.825		5.937	.000
	X1	.278	.042	.476	6.616	.000
	X2	.075	.035	.171	2.113	.037
	X3	.125	.049	.196	2.560	.012
	X4	.339	.055	.417	6.187	.000

a. Dependent Variable: Y

PENGUJIAN KORELASI PARSIAL

```
PARTIAL CORR
  /VARIABLES=Fokus_Pelanggan Obsesi_Kualitas Kerjasama_Tim Komitmen BY
Kualitas_Pelayanan
  /SIGNIFICANCE=TWOTAIL
  /STATISTICS=CORR
  /MISSING=ANALYSIS.
```

Partial Corr

Correlations

Control Variables			X1	X2	X3	X4	Y
-none-[a]	X1	Correlation	1.000	.656	.593	.613	.747
		Significance (2-tailed)	.	.000	.000	.000	.000
		df	0	138	137	135	137
	X2	Correlation	.656	1.000	.743	.555	.523
		Significance (2-tailed)	.000	.	.000	.000	.000
		df	138	0	138	137	138
	X3	Correlation	.593	.743	1.000	.595	.562
		Significance (2-tailed)	.000	.000	.	.000	.000
		df	137	138	0	137	137
	X4	Correlation	.613	.555	.595	1.000	.664
		Significance (2-tailed)	.000	.000	.000	.	.000
		df	135	137	137	0	138
	Y	Correlation	.747	.523	.562	.664	1.000
		Significance (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.
		df	137	138	137	138	0
Y	X1	Correlation	1.000	.469	.315	.236	
		Significance (2-tailed)	.	.000	.000	.006	
		df	0	136	136	134	
	X2	Correlation	.469	1.000	.637	.327	
		Significance (2-tailed)	.000	.	.000	.000	
		df	136	0	136	136	
	X3	Correlation	.315	.637	1.000	.359	
		Significance (2-tailed)	.000	.000	.	.000	
		df	136	136	0	136	
	X4	Correlation	.236	.327	.359	1.000	
		Significance (2-tailed)	.006	.000	.000	.	
		df	134	136	136	0	

a. Cells contain zero-order (Pearson) correlations.

UJI KOEFISIEN DETERMINASI SPSS 23

```
COMPUTE RES2=ABS_RES(RES_1).
EXECUTE.
REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT RES2
  /METHOD=ENTER FOKUS OBSESI KERJASAMA KOMITMEN.
```

Regression

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X4, X2, X1, X3[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: RES2

b. All requested variables entered.

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.822[a]	.676	.666	1.212

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3

b. Dependent Variable: Y