

PENGARUH TOTAL SERVICE QUALITY MANAGEMENT TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Prastowo Suryo Adi

Fajarwati

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Email:fajarwatiherianto@yahoo.co.id

ABSTRACT

This research was conducted to analyze the influence of Total Service Quality Management (TSQM) to the customers satisfaction (the customers meant in this research were the business class train passengers of Tugu Railway Station Yogyakarta) by using 5 dimensions of TSQM (Said, 2004) i.e: physical quality dimension, supporting physical quality, company/institution quality, technical quality dimension, and interactive quality dimension. The method used for data collecting was survey method by giving questionnaires to the respondents. The technique used to take the samples of the research was purposive sampling. Out of 100 samples collected, only 94 samples were eligible to be processed further. In this research validity and reliability tests were conducted to ensure the validity and reliability of the research instruments. Data analysed used in the research were multiple linear regression, t test, and F test. The result of the research shows that there is an influence of TSQM to the customers satisfaction on the dimensions of physical quality dimension, supporting physical quality, company/institution quality, technical quality dimension, and interactive quality dimension forward the business class train passengers, both partially and simultaneously/ of all dimension. The most influential dimensions to the customers satisfaction is the physical quality dimension.

Keyword : service quality, satisfaction

PENDAHULUAN

Pada saat ini persaingan organisasi atau perusahaan jasa sangatlah kompetitif. Hal itu dibuktikan dengan banyak munculnya perusahaan yang bergerak pada sektor industri jasa, terutama pada sektor jasa angkutan/transportasi. Persaingan pada sektor jasa transportasi tidak hanya sebatas banyaknya jenis angkutan yang ditawarkan, tetapi lebih menitik beratkan pada persaingan kualitas

dan ragam fasilitas pelayanan jasa yang diberikan oleh pihak perusahaan jasa transportasi tersebut.

Sektor jasa transportasi merupakan sektor yang dipandang sangat berperan dan sangat dibutuhkan untuk menunjang mobilitas kegiatan manusia yang beragam. Keberhasilan dalam bidang jasa transportasi, ditunjukkan dengan kualitas perusahaan transportasi itu sendiri dan kepuasan dari pelanggan jasa transportasinya. Kualitas jasa transportasi yang baik akan mampu

memberikan suatu pelayanan dan jaminan yang setidaknya mampu memberikan rasa aman dan rasa puas bagi pelanggannya.

Ketika konsumen menghadapi suatu pilihan dimana dia harus memutuskan akan memilih suatu produk layanan jasa transportasi, maka dia akan cenderung melihat kualitas perusahaannya, fasilitas dan kemudahan apa saja yang tersedia, harga jasa yang diberikan, dan pelayanan yang diberikan terhadap konsumennya. Empat faktor tersebut dapat terwujud apabila perusahaan jasa transportasi menerapkan *Total Service Quality Management* (TSQM).

Mewujudkan perusahaan yang berhasil, dalam hal ini berhasil secara total dalam hal penanganan pelanggan didalam perusahaan, yang umumnya disebut dengan *Total Service Quality Management* (TSQM), merupakan hal yang memerlukan perhatian dan konsentrasi ekstra dari manajemen perusahaan. Semua hal itu dapat dilaksanakan dengan penerapan strategi monitoring/kontrol yang ketat terhadap kualitas produk (*Total Quality Control*) disertai strategi-strategi khusus dari perusahaan yang mendukung terwujudnya produktivitas kerja yang tinggi dan pencapaian *Total Service Quality Management* (TSQM) yang baik, dan selanjutnya dapat mewujudkan *Total Quality Management* (TQM).

Total Quality Control (TQC) merupakan hal yang penting dan bersifat harus untuk dilakukan disetiap perusahaan yang menginginkan produktivitas kerja yang tinggi dan hasil produk/jasa yang berkualitas. Seperti yang dikemukakan oleh Mulyadi (1998) bahwa "kualitas produk menjadi tanggung jawab setiap orang didalam organisasi, sejak dari manajemen puncak sampai dengan karyawan, dari fungsi dan inspeksi sampai dengan fungsi-fungsi lain dalam organisasi perusahaan, bahkan meluas sampai organisasi pemasok dan mitra bisnis". Langkah-langkah lain untuk mencapai visi/tujuan

perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai cara, semua itu tergantung bagaimana manajemen dapat mengolah dan memproses sumber daya yang ada dengan semaksimal mungkin.

Penelitian ini menguji pengaruh dimensi mutu TQM (umumnya digunakan pada industri manufaktur) yang tepat digunakan/diterapkan pada industri jasa terhadap kepuasan pelanggan. Lebih lanjut dimensi tersebut dinamakan dengan dimensi TSQM, yang terdiri dari dimensi mutu fisik, pendukung mutu fisik, mutu perusahaan/lembaga, mutu teknikal, dan mutu interaktif (Said, 2004). Berdasarkan hal tersebut diatas, maka rumusan masalah penelitian adalah Apakah ada pengaruh dimensi mutu yang terdiri dari dimensi mutu fisik, pendukung mutu fisik, mutu perusahaan/lembaga, mutu teknikal, dan mutu interaktif terhadap kepuasan pelanggan?

TELAAH TEORITIS

Pengertian Kualitas Jasa

Kualitas jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu, seperti disebutkan Kotler (2000) dalam Fandy (2005). Menurut *Wyckof* dalam Fandy (2005), kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu, jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*), jadi baik dan buruknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Pengertian Total Quality Management (TQM)

Total Quality Management (TQM) merupakan suatu program manajemen kualitas menyeluruh atau total, yang banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan yang bersaing kompetitif dalam dunia bisnis guna mencapai keunggulan dan kepemimpinan pasar. Pendapat TQM menurut para ahli :

- a. Kotler (1997) dalam Munjiati (2003), mendefinisikan TQM sebagai pendekatan organisasi untuk terus-menerus memperbaiki kualitas secara keseluruhan dalam proses organisasi, produk dan jasa.
- b. Anonim (1997) dalam Murdifin (2005), menyatakan bahwa TQM adalah suatu cara mengelola sebuah organisasi sehingga setiap jabatan (*every job*), tiap proses (*every proses*), dilaksanakan dengan benar, kali pertama dan setiap waktu (*first time and every time*).
- c. Russel dan Taylor (2000) dalam Murdifin (2005), mengemukakan bahwa TQM adalah kegiatan manajemen mutu dari organisasi secara keseluruhan pada semua fungsi yang ada (*the management of quality throughout organization at all management levels and across all areas*)
- d. Ishikawa dalam Fandy dan Anastasia (2000), berpendapat bahwa TQM diartikan sebagai perpaduan semua fungsi dari perusahaan kedalam falsafah holistik yang dibangun berdasarkan konsep kualitas, teamwork, produktivitas, dan pengertian serta kepuasan pelanggan.
- e. Santosa (1994) dalam Fandy dan Anastasia (2000), menyatakan bahwa TQM merupakan sistem manajemen yang mengangkat kualitas sebagai strategi usaha yang berorientasi pada kepuasan pelanggan dengan melibatkan seluruh anggota organisasi.

“*Total Quality Management* merupakan suatu pendekatan dalam menjalankan usaha yang mencoba untuk memaksimumkan daya saing organisasi melalui perbaikan terus-menerus atas produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungannya” (Fandy dan Anastasia, 2000).

Arti Penting, Penerapan dan Manfaat Total Quality Management (TQM)

Dasar pemikiran pentingnya TQM merupakan hal yang sederhana, yaitu bahwa cara terbaik agar dapat bersaing dan unggul dalam persaingan global adalah dengan menghasilkan kualitas yang terbaik. Menghasilkan kualitas yang terbaik diperlukan upaya perbaikan berkesinambungan terhadap manusia, proses, dan lingkungan. Cara terbaik supaya dapat memperbaiki kemampuan komponen-komponen tersebut secara berkesinambungan adalah dengan menerapkan TQM.

Penerapan TQM dilakukan dengan cara bertahap, karena dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti budaya organisasi, team work, lingkungan, dan lainnya. Paradigma baru dalam manajemen kualitas total adalah : strategi nilai pelanggan, perbaikan terus-menerus dan sistem organisasi. (Bounds dkk, 1994, dalam Munjiati 2003).

Total Service Quality Management (TSQM)

Total Service Quality Management atau bisa disebut *Total Quality Service* adalah komitmen yang tepat untuk mengoperasionalisasi konsep yang berfokus pada pelanggan, menetapkan standar kinerja jasa dan memelihara antusiasme pelanggan pada segala waktu dan pangsa pasar (Stamatis, 1996 dalam Munjiati, 2003).

Total Service Quality Management (TSQM) merupakan konsep yang strategik dengan melibatkan manajer, pekerja dengan menggunakan metode kualitatif maupun kuantitatif untuk terus-menerus memperbaiki proses organisasi untuk memenuhi dan melampaui

kebutuhan pelanggan.

Total Service Quality Management (TSQM) merupakan deviasi dari *Total Quality Management (TQM)* dalam industri jasa, yang merupakan konsep tentang bagaimana menanamkan kualitas pelayanan pada setiap fase penyelenggaraan jasa yang melibatkan semua personil yang ada dalam organisasi (Handriana, 1998 dalam Munjiati, 2000).

Lima fokus *Total Service Quality Management* (Stamatis 1996 dalam Munjiati 2003):

a. *Customer focus/fokus pada pelanggan*

Identifikasi pelanggan merupakan prioritas utama untuk mencapai kualitas jasa secara optimal. Identifikasi ini dilakukan dengan mendefinisikan kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen, dan merencanakan desain jasa tertentu pada konsumen.

b. *Total involment/keterlibatan total*

Manajemen harus memberi kesempatan bagi pekerja untuk memperbaiki kualitas dan menunjukkan kualitas kepemimpinan pada seluruh organisasi, serta mendelegasikan tanggung jawab dan otoritas untuk memperbaiki proses kerja bagi yang menjalankannya.

c. *Measurement/pengukuran*

Pengukuran internal/ eksternal organisasi dan dengan pelanggan meliputi:

- 1) Pengukuran dan pengembangan proses dan hasil
- 2) Identifikasi *output* dari proses pekerjaan yang penting disesuaikan dengan persyaratan pelanggan.
- 3) Mengoreksi dan memperbaiki sendiri ketika terjadi kesalahan pekerjaan, tanpa menunggu instruksi atasan.

d. *Systematic support/dukungan sistematis*

Dukungan sistematis oleh manajemen akan mewujudkan tercapainya kualitas jasa yang optimal. Dalam hal ini manajemen harus bertanggung jawab untuk :

- 1) Membangun infrastruktur kualitas dalam struktur manajemen internal.
- 2) Menghubungkan kualitas dengan sistem manajemen yang ada seperti; perencanaan strategis, manajemen kinerja, penghargaan (*reward* dan promosi), komunikasi.

e. *Continual improve/perbaikan secara terus menerus*

Dalam perbaikan terus menerus, setiap orang bertanggung jawab untuk:

- 1) Memandang pekerjaan sebagai proses.
- 2) Mengantisipasi perubahan kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan.
- 3) Membuat tambahan perbaikan, dengan mengurangi waktu putar dan menerima *feedback*.

Pengukuran Kualitas

Perusahaan-perusahaan besar terutama yang berorientasi pada konsumen akan secara rutin melakukan penelitian tentang kepuasan konsumen. Beberapa metode yang diterapkan untuk mengukur kepuasan konsumen antara lain (Kotler & Susanto, 1999):

- a. Sistem keluhan dan saran
- b. Survei kepuasan konsumen
- c. Pembelanja gaib
- d. Analisis pelanggan yang hilang

Pengukuran Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen mempunyai keterkaitan atau hubungan yang erat.

Kualitas jasa sebagai pengukuran baik tingkat jasa yang disalurkan selaras dengan harapan konsumen.

Said (2004) pada riset jasa transportasinya di kapal Ferri, memaparkan kualitas pelayanan dan faktor-faktor yang menentukannya dengan mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai derajat ketidakcocokan antara harapan normatif konsumen pada jasa pelayanan dan persepsi pelanggan yang diterima. Riset empiris selanjutnya menghasilkan SERVQUAL, yakni suatu skala yang terdiri dari 40 item untuk mengukur pelayanan yang tercakup dalam 5 dimensi, yaitu :

- a. Mutu fisik (X_1), adalah mutu/kualitas dari segi fisik (bangunan) yang mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan. Mutu fisik dari obyek penelitian ini yaitu; kondisi fisik pelabuhan, kondisi fisik dermaga, kondisi fisik kapal, kinerja para pejabat, ruang parkir kendaraan, ruang tunggu penumpang, tata ruang pelabuhan, jalan masuk dan keluar dari pintu kapal, kenyamanan dan kebersihan di atas kapal, kenyamanan dan kebersihan dipelabuhan, dan ukuran serta mutu tempat duduk penumpang di atas kapal.
- b. Mutu pendukung fisik (X_2), adalah mutu/kualitas yang mendukung kinerja/manfaat dari fasilitas fisik yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Mutu pendukung fisik dari obyek penelitian ini yaitu; alat perlengkapan keselamatan, transport lanjutan, jalan masuk dan keluar stasiun, ruang parkir kendaraan, ruang tunggu, fasilitas didalam stasiun, fasilitas didalam pelabuhan, dan fasilitas umum.
- c. Mutu perusahaan/lembaga (X_3), adalah mutu/kualitas dari perusahaan/lembaga penyedia layanan, yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan biasanya didasarkan pada kinerja operasional perusahaan. Mutu

perusahaan/lembaga pada obyek penelitian ini yaitu; tepat waktu keberangkatan dari pelabuhan ketempat tujuan, tepat waktu kedatangan kapal dipelabuhan, tepat waktu dalam sistim bongkar muat barang dan penumpang, kemudahan mendapatkan tiket, dedikasi pejabat, bebas bahaya, perhitungan dan penyimpangan muatan, dan tanggung jawab perusahaan.

- d. Mutu teknikal (X_4), adalah mutu/kualitas dari segi teknis dalam hal pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Mutu teknikal dari obyek penelitian ini yaitu; pengetahuan petugas/pejabat dalam bidang pelayanan, pengetahuan petugas/pejabat dalam bidang pelanggan, pengetahuan petugas/pejabat dalam bidang koordinasi kerja, pengetahuan petugas/pejabat dalam bidang kerjanya, kecepatan petugas/pejabat dalam bekerja, dan ketangkasan petugas/pejabat dalam bekerja.
- e. Mutu interaktif (X_5) adalah mutu/kualitas yang dinilai dengan performa dan kualitas interaktif atau kemampuan berkomunikasi pihak perusahaan dengan pelanggan, dan hal itu dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan tersebut. Mutu interaktif dalam obyek penelitian ini yaitu; memberikan informasi pada pelanggan, penanganan keluhan pelanggan, penanganan dalam kecelakaan, kejujuran petugas/pejabat dalam bekerja, keramahan petugas/pejabat dalam bekerja, mental petugas/pejabat dalam pelayanan, memecahkan masalah dengan cepat, koordinasi kerja petugas/pejabat dalam menangani masalah, memberikan perhatian kepada pelanggan, empati pada pelanggan, dan saling pengertian/toleransi.

Hipotesis

H1 :Ada pengaruh dimensi mutu yang terdiri dari dimensi mutu fisik, pendukung mutu fisik,

mutu perusahaan/lembaga, mutu teknikal, dan mutu interaktif terhadap kepuasan pelanggan.

H2: Ada pengaruh dimensi mutu fisik terhadap kepuasan pelanggan.

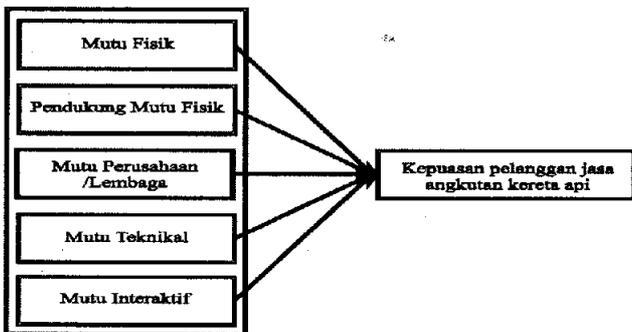
H3: Ada pengaruh dimensi pendukung mutu fisik terhadap kepuasan pelanggan.

H4: Ada pengaruh dimensi mutu perusahaan/lembaga terhadap kepuasan pelanggan.

H5: Ada pengaruh dimensi mutu teknikal terhadap kepuasan pelanggan.

H6: Ada pengaruh dimensi mutu interaktif terhadap kepuasan pelanggan.

Model Penelitian



Gambar 1 Model Penelitian

Metoda Penelitian

Obyek dan Subyek Penelitian

Obyek Penelitian ini dilakukan pada PT. Kereta Api (Persero) DAOP VI Yogyakarta di Stasiun Tugu Yogyakarta, sebagai salah satu perusahaan penyedia jasa transportasi angkutan darat. Subyek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan jasa transportasi kereta api di Stasiun Tugu Yogyakarta.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu, *Purposive Sampling*, merupakan teknik pengambilan sampel penelitian yang sampelnya dipilih berdasarkan tujuan atau target tertentu, yaitu didasarkan pada kriteria tertentu yang terkait dengan topik penelitian. Kriteria sampel penelitiannya:

- a. Pelanggan jasa angkutan kereta api yang bertolak dari Stasiun Tugu Yogyakarta. Kriteria ini dipilih, karena pelanggan jasa yang bertolak dari stasiun dinilai lebih menggunakan fasilitas dan layanan jasa dari pihak perusahaan, daripada pelanggan yang hanya sekedar turun di stasiun, lalu pulang.
- b. Pelanggan jasa kereta api kelas bisnis. Kelas bisnis dipilih sebagai kriteria obyek penelitian karena kelas ini dinilai sebagai kelas yang menengah, yang secara layanan jasanya diantara kelas eksekutif dan kelas ekonomi, sehingga sering terjadi kerancuan bentuk layanannya, bahkan terabaikan bentuk standar pelayanannya.

Secara umum jumlah sampel yang dapat diterima untuk suatu studi penelitian tergantung dari jenis studi yang akan dilakukan. Gay dan Diehl (1996) dalam Mudrajad (2003), menyebutkan beberapa pedoman yang dianjurkan untuk menentukan banyaknya jumlah sampel penelitian, salah satu dari pedoman untuk menentukan banyaknya jumlah sampel yaitu, untuk studi korelasional dibutuhkan minimal 30 sampel untuk menguji ada tidaknya hubungan.

Berdasarkan ketentuan tersebut, maka dari 51.652 penumpang kereta api kelas bisnis pada bulan Nopember 2007, sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Jumlah tersebut dinilai sudah cukup untuk mewakili populasi yang ada dan dinilai sesuai dengan tingkat keyakinan peneliti dalam

melakukan estimasi.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode survei. Metode survei merupakan metode penelitian yang dilaksanakan dengan mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner. Kuesioner disampaikan secara langsung oleh peneliti kepada responden dan dikembalikan lagi kepada peneliti.

Definisi Operasional Variabel Penelitian

a. Variabel Dependent

Pada penelitian ini variabel dependennya yaitu kepuasan pelanggan jasa angkutan kereta api kelas bisnis. Kepuasan dalam hal ini diartikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler & Susanto, 1999). Pada penelitian ini, kepuasan dari pelanggan jasa kereta api kelas bisnis diukur dari seberapa besar tingkat kualitas pelayanan pada kereta api kelas bisnis di Stasiun Tugu Yogyakarta yang diterima dan dirasakan oleh pelanggan jasa tersebut.

b. Variabel Independent

Variabel Independent dalam penelitian ini terdiri dari lima dimensi mutu TSQM yang dikemukakan oleh Said (2004), yaitu :

Mutu fisik (X_1), adalah mutu/kualitas dari segi fisik (bangunan) yang mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan. Mutu fisik dari obyek penelitian ini yaitu; kondisi fisik stasiun, tata ruang stasiun, kenyamanan dan kebersihan di stasiun, jalan masuk dan keluar dari pintu kereta api, kondisi fisik kereta api, kenyamanan dan kebersihan di dalam kereta api, dan ukuran dan mutu tempat duduk penumpang di dalam kereta api.

Mutu pendukung fisik (X_2), adalah

mutu/kualitas yang mendukung kinerja/manfaat dari fasilitas fisik yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Mutu pendukung fisik dari obyek penelitian ini yaitu; jalan masuk dan keluar stasiun, ruang parkir kendaraan, ruang tunggu, fasilitas didalam stasiun, fasilitas didalam kereta api, dan transport lanjutan.

Mutu perusahaan/lembaga (X_3), adalah mutu/kualitas dari perusahaan/lembaga penyedia layanan, yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan biasanya didasarkan pada kinerja operasional perusahaan. Mutu perusahaan/lembaga pada obyek penelitian ini yaitu; kemudahan mendapatkan tiket, tepat waktu kedatangan kereta api di stasiun, tepat waktu keberangkatan dari stasiun ketempat tujuan, dedikasi pegawai, kenyamanan, dan tanggung jawab/jaminan keselamatan dari perusahaan.

Mutu teknikal (X_4), adalah mutu/kualitas dari segi teknis dalam hal pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Mutu teknikal dari obyek penelitian ini yaitu; pengetahuan pegawai dalam bidang pelayanan, pengetahuan pegawai dalam bidang pelanggan, pengetahuan pegawai dalam bidang kerjanya, kecepatan dan ketelitian pegawai dalam bekerja.

Mutu interaktif (X_5) adalah mutu/kualitas yang dinilai dengan performa dan kualitas interaktif atau kemampuan berkomunikasi pihak perusahaan dengan pelanggan, dan hal itu dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan tersebut. Mutu interaktif dalam obyek penelitian ini yaitu; memberikan informasi pada pelanggan, penanganan keluhan pelanggan, penanganan dalam kecelakaan, kejujuran pegawai dalam bekerja, keramahan pegawai dalam bekerja, mental pegawai dalam pelayanan, koordinasi kerja pegawai dalam menangani masalah, memberikan empati pada pelanggan, dan saling pengertian/toleransi.

Masing-masing data survei tersebut akan

diukur dengan item pertanyaan yang dimodifikasi menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* merupakan metode yang mengukur sikap dengan pernyataan setuju dan pernyataan ketidaksetujuannya terhadap pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner. Peneliti memberikan kuesioner yang disusun dalam bentuk pertanyaan dan disediakan kolom jawaban yang menyatakan (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) netral, (4) setuju, (5) sangat setuju.

Uji Kualitas Instrumen

Data tidak akan berguna jika tidak memiliki validitas (kesahihan) dan reliabilitas (kehandalan), Oleh karena itu uji validitas dan uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kesahihan dan kehandalan data yang diperoleh.

Uji validitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang diukur atau dengan kata lain apakah alat ukur tersebut telah tepat untuk mengukur objek yang diteliti (Mudrajad, 2003). Uji validitas penelitian ini dilakukan dengan menggunakan korelasi *Product Moment*. Instrumen penelitian dikatakan valid apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 5% (Sutrisno, 2006). Uji validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS *for windows 11.5*

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Mudrajad, 2003). Pada penelitian ini untuk mengukur reliabilitas dilakukan dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Nunnally, 1969 dalam Imam, 2001). Uji reliabilitas ini dilakukan dengan bantuan program SPSS *for windows 11.5*

Teknik Analisis Data

Analisis Regresi Linier Berganda

Merupakan analisis regresi linear untuk lebih dari dua variabel bebas (independent). Pada

penelitian ini digunakan untuk menganalisis apakah ada pengaruh antara dua atau lebih variabel independent (bebas) dengan satu variabel dependent (terikat) dalam penelitian, yang dinyatakan dengan persamaan

Uji F

Uji F dimaksudkan untuk menguji apakah variabel bebas secara serempak berpengaruh terhadap variabel tak bebas.

Uji t

Uji t dimaksudkan untuk menguji apakah variabel bebas secara individu berpengaruh terhadap variabel tak bebas.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan taraf signifikansi 5%, dan penentuan hasil pengujian dapat dilihat nilai signifikansinya, dengan ketentuan sebagai berikut (Hartono, 2004):

Jika nilai signifikansi > α , maka H_a ditolak dan H_0 diterima.

Jika nilai signifikansi < α , maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Analisis untuk pengujian hipotesis ini menggunakan bantuan program SPSS *for windows 11.5*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan pada perusahaan penyedia layanan jasa transportasi yaitu PT. Kereta Api (Persero) DAOP VI Yogyakarta di Stasiun Tugu Yogyakarta, studi pada kereta api kelas bisnis. Penelitian bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Total Service Quality Management* terhadap kepuasan pelanggan jasa kereta api kelas bisnis di Stasiun Tugu Yogyakarta, dengan menggunakan 5 dimensi mutu TSQM dari Said (2004) yaitu; dimensi mutu fisik, pendukung

mutu fisik, mutu perusahaan/lembaga, mutu teknikal, dan mutu interaktif.

Pengambilan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden, yaitu pelanggan jasa kereta api kelas bisnis di Stasiun Tugu Yogyakarta. Banyak kuesioner yang disebar berjumlah 100 dan seluruh kuesioner kembali, akan tetapi terdapat 6 kuesioner yang tidak dapat diolah, dikarenakan 4 kuesioner yang tidak diisi dengan lengkap oleh responden dan terdapat 2 kuesioner yang respondennya ternyata tidak memenuhi kriteria pada penelitian ini, sehingga kuesioner yang layak untuk diolah lebih lanjut sebanyak 94 kuesioner

Uji Kualitas Instrumen

Instrumen pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel, perlu diukur validitas dan reliabilitasnya untuk menjamin kualitas dari alat ukur tersebut. Pengujian dilakukan terhadap 94 kuesioner yang telah diisi oleh responden dengan menggunakan alat bantu *SPSS versi 11.5 for windows* adalah sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang diukur atau dengan kata lain apakah alat ukur tersebut telah tepat untuk mengukur objek yang diteliti (Mudrajad, 2003). Uji validitas penelitian ini dilakukan dengan menggunakan korelasi *Product Moment*. Instrumen penelitian dikatakan valid apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 5% (Sutrisno, 2006).

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan pada semua item pertanyaan yang terdapat pada variabel Mutu Fisik (X1), Pendukung Mutu Fisik (X2), Mutu Perusahaan (X3), Mutu Teknikal (X4), Mutu Interaktif (X5) dan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) semuanya memiliki nilai sig.

(probabilitas) < 5%. Berdasarkan hasil yang diperoleh tersebut maka semua item pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid dan layak untuk dianalisis lebih lanjut.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Mudrajad, 2003). Pada penelitian ini untuk mengukur reliabilitas dilakukan dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Nunnally, 1969 dalam Imam, 2001). Rangkuman dari hasil uji reliabilitas tersebut dapat dilihat dalam Tabel 1.

Tabel 1
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Mutu Fisik (X1)	0.8516	Reliabel
Mutu Pendukung Fisik (X2)	0.8589	Reliabel
Mutu Perusahaan (X3)	0.8545	Reliabel
Mutu Teknikal (X4)	0.8882	Reliabel
Mutu Interaktif (X5)	0.8998	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.8362	Reliabel

Berdasarkan uji reliabilitas dapat diketahui bahwa semua variabel yang terdiri dari variabel Mutu Fisik (X1), Pendukung Mutu Fisik (X2), Mutu Perusahaan (X3), Mutu Teknikal (X4), Mutu Interaktif (X5) dan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki koefisien *Cronbach Alpha* () lebih besar dari 0,60 yang artinya semua item pertanyaan tersebut dapat diandalkan (reliabel), sehingga dapat dianalisis lebih lanjut.

Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh dari variabel TSQM yang terdiri mutu fisik, pendukung mutu fisik, mutu perusahaan, mutu teknikal, dan mutu interaktif terhadap

kepuasan pelanggan. Hasil perhitungan analisis regresi dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2
Output Regresi Berganda

Model	Koefisien
Konstanta	0,049
Mutu Fisik	0,216
Pendukung Mutu Fisik	0,190
Mutu Perusahaan/ Lembaga	0,193
MutuTeknikal	0,215
Mutu Interaktif	0,199

Sumber: Data diolah

Berdasarkan output pada tabel 2, persamaan regresi yang diperoleh dari hasil regresi berganda yaitu:

$$Y = 0,216 X_1 + 0,190 X_2 + 0,193 X_3 + 0,215 X_4 + 0,199 X_5$$

Keterangan :

Y : Kepuasan Pelanggan
X1 : Mutu Fisik
X2 : Pendukung Mutu Fisik
X3 : Mutu Perusahaan/ Lembaga
X4 : Mutu Teknikal
X5 : Mutu Interaktif

Berdasarkan hasil koefisien regresi menunjukkan:

Koefisien variabel mutu fisik (X1) sebesar 0,216 artinya (X1) mempunyai arah hubungan yang positif terhadap (Y). Peningkatan mutu fisik di Stasiun Tugu Yogyakarta akan meningkatkan kepuasan pelanggan, sebaliknya penurunan mutu fisik di Stasiun Tugu Yogyakarta akan menurunkan kepuasan pelanggan.

Koefisien variabel pendukung mutu fisik (X2) sebesar 0,190 artinya (X2) mempunyai arah hubungan yang positif terhadap (Y). Peningkatan pendukung mutu fisik di Stasiun Tugu Yogyakarta akan meningkatkan kepuasan pelanggan, sebaliknya penurunan pendukung mutu fisik di Stasiun Tugu Yogyakarta akan menurunkan kepuasan pelanggan.

Koefisien variabel mutu perusahaan/ lembaga (X3) sebesar 0,193 artinya (X3) mempunyai arah hubungan yang positif terhadap (Y). Peningkatan mutu perusahaan/ lembaga di Stasiun Tugu Yogyakarta akan meningkatkan kepuasan pelanggan, sebaliknya penurunan mutu perusahaan/ lembaga di Stasiun Tugu Yogyakarta akan menurunkan kepuasan pelanggan.

Koefisien variabel mutu teknikal (X4) sebesar 0,215 artinya (X4) mempunyai arah hubungan yang positif terhadap (Y). Peningkatan mutu teknikal di Stasiun Tugu Yogyakarta akan meningkatkan kepuasan pelanggan, sebaliknya penurunan mutu teknikal di Stasiun Tugu Yogyakarta akan menurunkan kepuasan pelanggan.

Koefisien variabel mutu interaktif (X5) sebesar 0,199 artinya (X5) mempunyai arah hubungan yang positif terhadap (Y). Peningkatan mutu interaktif di Stasiun Tugu Yogyakarta akan meningkatkan kepuasan pelanggan, sebaliknya penurunan mutu interaktif di Stasiun Tugu Yogyakarta akan menurunkan kepuasan pelanggan.

Nilai koefisien variabel mutu fisik (X1) sebesar 0,216 lebih besar daripada nilai koefisien variabel pendukung mutu fisik (X2), mutu perusahaan/ lembaga (X3), mutu teknikal (X4), dan variabel mutu interaktif (X5). Hal ini menunjukkan bahwa variabel mutu fisik (X1) merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Analisis Uji F

Pengujian secara simultan (*F test*) dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel bebas (mutu fisik, pendukung mutu fisik, mutu perusahaan/ lembaga, mutu teknikal dan mutu interaktif) secara serentak/bersama-sama terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan). Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3
Output Anova

Variabel	F Hitung	Sig
Kualitas layanan e-learning	63,455	0,000

Sumber: Data diolah

Uji F bertujuan untuk menguji H1 penelitian ini yaitu; “Ada pengaruh dimensi mutu yang terdiri dari dimensi mutu fisik, pendukung mutu fisik, mutu perusahaan/lembaga, mutu teknis, dan mutu interaktif terhadap kepuasan pelanggan”. Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai signifikansi (probabilitas) sebesar $0.000 < 0.05$ yang berarti signifikan, dan dapat disimpulkan secara serempak atau bersama-sama variabel mutu fisik, pendukung mutu fisik, mutu perusahaan/lembaga, mutu teknis, dan mutu interaktif yang merupakan dimensi mutu dari *Total Service Quality Management* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti menunjukkan H1 diterima.

Analisis Uji t

Pengujian secara parsial (uji t) dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel bebas (mutu fisik, pendukung mutu fisik, mutu perusahaan/lembaga, mutu teknis dan mutu interaktif) secara individual terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan). Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4
Output Koefisien Variabel Penelitian

Variabel	t Hitung	Sig
Mutu Fisik	2,507	0,014
Pendukung Mutu Fisik	2,235	0,028
Mutu Perusahaan/ Lembaga	2,542	0,013
Mutu Teknis	2,359	0,021
Mutu Interaktif	2,277	0,025

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil pengujian uji t diperoleh hasil sebagai berikut:

Pengujian H2

H2 penelitian ini yaitu; “Ada pengaruh dimensi mutu fisik terhadap kepuasan pelanggan”. Diketahui nilai signifikansi variabel mutu fisik (X1) sebesar 0.014 dimana nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi yang digunakan yaitu 0.05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel mutu fisik (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), yang berarti menunjukkan bahwa H2 diterima.

Pengujian H3

H3 penelitian ini yaitu; “Ada pengaruh dimensi pendukung mutu fisik terhadap kepuasan pelanggan”. Diketahui nilai signifikansi variabel pendukung mutu fisik (X2) sebesar 0.028 dimana nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi yang digunakan yaitu 0.05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Pendukung mutu fisik (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), yang berarti menunjukkan bahwa H3 diterima.

Pengujian H4

H4 penelitian ini yaitu; “Ada pengaruh dimensi mutu perusahaan/lembaga terhadap kepuasan pelanggan”. Diketahui nilai signifikansi variabel mutu perusahaan/lembaga (X3) sebesar 0.013 dimana nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi yang digunakan yaitu 0.05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel mutu perusahaan/lembaga (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), yang berarti menunjukkan bahwa H4 diterima.

Pengujian H5

H5 penelitian ini yaitu; “Ada pengaruh dimensi mutu teknis terhadap kepuasan pelanggan”. Diketahui nilai signifikansi variabel mutu teknis (X4) sebesar 0.021 dimana nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi yang digunakan yaitu 0.05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel mutu teknis (X4) berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), yang berarti menunjukkan bahwa H5 diterima.

Pengujian H6

H6 penelitian ini yaitu; “Ada pengaruh dimensi mutu interaktif terhadap kepuasan pelanggan”. Diketahui nilai signifikansi variabel mutu interaktif (X4) sebesar 0.015 dimana nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi yang digunakan yaitu 0.05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel mutu interaktif (X5) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), yang berarti menunjukkan bahwa H6 diterima.

Pembahasan

Berdasarkan hasil Uji t diketahui bahwa variabel mutu fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti semakin baik/tinggi mutu fisik dari Stasiun Tugu Yogyakarta maka pelanggan semakin puas. Kualitas pelayanan di Stasiun Tugu Yogyakarta pada dimensi mutu fisik menunjukkan bahwa kondisi bangunan stasiun, tata ruang stasiun, kenyamanan dan kebersihan stasiun, jalan keluar dan masuk stasiun, kondisi sarana kereta api, kenyamanan dan kebersihan kereta api, serta ukuran dan mutu tempat duduk penumpang dalam kereta api yang baik dapat meningkatkan kepuasan dari pelanggan jasa kereta api.

Variabel pendukung mutu fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti semakin baik/tinggi pendukung mutu fisik dari Stasiun Tugu Yogyakarta, maka pelanggan semakin puas. Kualitas pelayanan di Stasiun Tugu Yogyakarta pada dimensi pendukung mutu fisik menunjukkan bahwa jalan keluar dan masuk stasiun, ruang parkir kendaraan, ruang tunggu, fasilitas dalam stasiun, fasilitas dalam kereta api, serta transport lanjutan yang baik dan memadai dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas bagi pelanggan jasa kereta api.

Variabel mutu perusahaan/lembaga

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti semakin baik/tinggi mutu perusahaan/lembaga pada Stasiun Tugu Yogyakarta, maka pelanggan semakin puas. Kualitas pelayanan di Stasiun Tugu Yogyakarta pada dimensi mutu perusahaan/lembaga menunjukkan bahwa kemudahan mendapatkan tiket, tepat waktu kedatangan kereta api, tepat waktu keberangkatan kereta api, dedikasi pegawai, kenyamanan jasa transportasi kereta api, dan jaminan keselamatan (asuransi) yang diberikan dengan baik dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas bagi pelanggan jasa kereta api.

Variabel mutu teknikal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti semakin baik/tinggi mutu teknikal pada Stasiun Tugu Yogyakarta, maka pelanggan semakin puas. Kualitas pelayanan di Stasiun Tugu Yogyakarta pada dimensi mutu teknikal menunjukkan bahwa pengetahuan/tingkat kepehaman pegawai dalam bidang pelayanan dan pelanggan, kemampuan pegawai dalam bidang kerjanya, serta kecekatan pegawai dalam bekerja dapat meningkatkan kepuasan bagi pelanggan jasa kereta api.

Variabel mutu interaktif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti semakin baik/tinggi mutu interaktif yang diberikan staf/pegawai Stasiun Tugu Yogyakarta, maka pelanggan semakin puas. Kualitas pelayanan di Stasiun Tugu Yogyakarta pada dimensi mutu interaktif menunjukkan bahwa informasi bagi pelanggan, penanganan keluhan pelanggan, penanganan bila terjadi kecelakaan, kejujuran para pegawai, keramahan para pegawai, mental para pegawai, koordinasi kerja para pegawai, empati pegawai pada pelanggan, serta tingkat pengertian/toleransi pegawai yang diberikan dengan baik dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas bagi pelanggan jasa kereta api.

Berdasarkan hasil uji F dapat diketahui bahwa dari lima variabel mutu, semuanya memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, hal ini menunjukkan bahwa *Total Service Quality Management* yang diwujudkan dalam 5 dimensi mutu yaitu; mutu fisik, pendukung mutu fisik, mutu perusahaan/lembaga, mutu teknikal, dan mutu interaktif mempengaruhi kepuasan pelanggan (pelanggan kereta api kelas bisnis di Stasiun Tugu Yogyakarta).

Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu ada pengaruh dimensi mutu yang terdiri dari dimensi mutu fisik, pendukung mutu fisik, mutu perusahaan/lembaga, mutu teknikal, dan mutu interaktif terhadap kepuasan pelanggan jasa kereta api kelas bisnis, baik secara parsial ataupun secara simultan.

Berdasarkan hasil penelitian, dimensi mutu fisik merupakan dimensi yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut karena mutu fisik merupakan hal yang paling utama yang mendasari kepuasan pelanggan kereta api kelas bisnis di Stasiun Tugu Yogyakarta, adapun hal tersebut terdiri dari kondisi fisik (bangunan) stasiun, tata ruang stasiun, kenyamanan dan kebersihan stasiun, jalan masuk dan keluar dari pintu kereta api, kondisi fisik sarana kereta api, kenyamanan dan kebersihan didalam kereta api, serta ukuran dan mutu tempat duduk didalam kereta api.

Implikasi hasil penelitian ini sangat bermanfaat bagi manajemen PT. Kereta Api (Persero) DAOP VI Yogyakarta khususnya Stasiun Tugu Yogyakarta sebagai bahan pertimbangan dalam usaha meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan. Hal ini disebabkan pentingnya kualitas layanan bagi sebuah perusahaan jasa termasuk bidang transportasi, karena perusahaan jasa transportasi merupakan suatu perusahaan jasa yang banyak digunakan masyarakat. Perusahaan jasa transportasi bahkan menjadi tumpuan

mobilitas bagi banyak pelanggan jasanya disetiap saat.

Sejak awal didirikan, PT. Kereta Api (Persero) telah berusaha meningkatkan kualitas layanan secara terus menerus, dengan berusaha lebih meningkatkan kualitas kerja pegawai, sarana kereta api, bangunan stasiun, teknologi yang digunakan, serta kualitas berbagai bidang yang menunjang kelancaran dan keberhasilan kegiatan operasional perusahaan. Berkaitan dengan itu maka dimensi konsumen, sangat menentukan perbaikan di bidang kualitas pelayanan, karena pada dasarnya untuk mengetahui tingkat kualitas layanan adalah berorientasi pada konsumen (pelanggan jasa kereta api).

Usaha perbaikan kualitas layanan tersebut akan lebih baik bila dilakukan secara menyeluruh pada masing-masing bagian di perusahaan dengan mengacu pada 5 dimensi TSQM (Said, 2004) yang terdiri dari mutu fisik, pendukung mutu fisik, mutu perusahaan/lembaga, mutu teknikal, dan mutu interaktif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah diuraikan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pada pengujian menunjukkan secara serempak atau bersama-sama variabel Mutu Fisik, Pendukung Mutu Fisik, Mutu Perusahaan/Lembaga, Mutu Teknikal, dan Mutu Interaktif yang merupakan dimensi mutu dari *Total Service Quality Management* (Said 2004) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa kereta api kelas bisnis di Stasiun Tugu Yogyakarta.

2. Mutu fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kereta api kelas bisnis di Stasiun Tugu Yogyakarta.
3. Pendukung mutu fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kereta api kelas bisnis di Stasiun Tugu Yogyakarta.
4. Mutu Perusahaan/lembaga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kereta api kelas bisnis di Stasiun Tugu Yogyakarta.
5. Mutu Teknikal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kereta api kelas bisnis di Stasiun Tugu Yogyakarta.
6. Mutu interaktif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kereta api kelas bisnis di Stasiun Tugu Yogyakarta.

Saran

Penelitian ini menganalisis pengaruh *Total Service Quality Management* terhadap kepuasan pelanggan kereta api kelas bisnis, sehingga penilaian tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Kereta Api (Persero) DAOP VI Yogyakarta pada Stasiun Tugu Yogyakarta hanya dilihat dari sudut pandang pelanggan saja, maka penelitian selanjutnya diharapkan meneliti kualitas pelayanan dengan membandingkan tingkat kualitas pelayanan yang diberikan pihak perusahaan dengan tingkat kualitas layanan yang diterima pelanggan, berdasarkan tingkat kepuasan yang diterima. Penelitian diharapkan juga dilakukan pada semua kelas kereta api.

DAFTAR PUSTAKA

Arsip Program dan Realisasi Volume Pendapatan Angkutan Penumpang Stasiun Besar Yogyakarta, 2007.

- Arsip PJKA.
 Company Profile, 1997, Perumka.
 Company Profile, 1999, PT. KAI.
 Fandy T., 2005, *Pemasaran Jasa*, Edisi 1, Cetakan Pertama, Penerbit Bayumedia, Malang, Jawa Timur.
 Fandy T., & Anastasia D., 2000, *Total Quality Management (edisi revisi)*, ANDI, Yogyakarta.
 Hartono, 2004, *Statistik Untuk Penelitian*, LSFK,P, Yogyakarta.
 Kotler, P., & Susanto A.B., 1999, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Salemba empat, Jakarta.
 Mudrajad K., 2003, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi* (bagaimana meneliti & menulis tesis?), Erlangga, Jakarta.
 Mulyadi., 1998, *Total Quality Management (Prinsip Manajemen Kontemporer untuk Mengarungi Lingkungan Bisnis Global)*, Aditya Media, Yogyakarta.
 Munjiati M., 2000, Timbulnya Gap Antara Kinerja dengan Kualitas Jasa dapat mempengaruhi Tingkat Kepuasan Pelanggan, *Jurnal Ekonomi* No.5.
 _____, 2000, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pada Industri Pendidikan di Yogyakarta, *Siasat Bisnis*, Jse No.5. _____, 2003, *Manajemen Kualitas*, UPFE UMY, Yogyakarta.
 _____, 2003, *Manajemen Operasi*, UPFE UMY, Yogyakarta.
 Murdifin H., 2005, Studi Pengaruh Berbagai *Soft Element* dalam TQM terhadap Berbagai Dimensi Mutu Keluaran Manufaktur, *Usahawan* No.3.
 Said D., 2004, *TQM VIS-A-VIS TSQM SYSTEM*, JMTSTMT Trisakti, Jakarta.

Sri H., 2003, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Widyana Malang, *KOMPAK*.

Supratno J., 2001, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan (edisi baru)*, RINEKA CIPTA, Jakarta.

Sutrisno W., 2006, Implementasi Marketing pada Industri Hospitality, *Utilitas*, Vol 14 No2, Juni, hal 178-196.

TOP21, Perumka, 1997.