

PENGARUH TOTAL QUALITY
MANAGEMENT TERHADAP KEPUASAN
NASABAH DI PT TASPEN (PERSERO)
KANTOR CABANG KEPULAUAN NIAS

By NEFI IDAMAN KASIH NAZARA

**PENGARUH *TOTAL QUALITY MANAGEMENT* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DI PT TASPEN (PERSERO)
KANTOR CABANG KEPULAUAN NIAS**

SKRIPSI



Oleh:

**NEFI IDAMAN KASIH NAZARA
NIM :2320350**

Diajukan Kepada :

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NIAS
2024**

ABSTRAK

Nazara, Nefi Idaman Kasih, 2024. Pengaruh Total Quality Management Terhadap Kepuasan Nasabah di PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias. Skripsi Prodi Manajemen konsentrasi Manajemen Operasional Fakultas Ekonomi Universitas Nias. Di bawah bimbingan Tri Hartati S. Hulu, S.E.,M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Total Quality Management* Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Taspen(Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias. Total Quality Management adalah suatu pendekatan untuk menjalankan bisnis yang berusaha untuk memaksimalkan persaingan sebuah organisasi melalui perbaikan yang terus-menerus atas mutu produk, jasa, orang, proses dan lingkungannya.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Responden adalah Pegawai dan nasabah PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias sebanyak 43 orang, dimana peneliti mengumpulkan data menggunakan angket, kemudian melakukan uji validitas data, uji reliabilitas data, uji asumsi klasik (uji normalitas), uji regresi linear sederhana, dan uji hipotesis (uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengaruh Total Quality Management Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias memiliki nilai sebesar 72% Sedangkan sisanya sebesar 28% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Total Quality Management, Kepuasan Nasabah

ABSTRACT

Nazara, Nefi Idaman Kasih, 2024. **The Effect of Total Quality Management on Customer Satisfaction at PT. Taspen (Persero) Nias Islands Branch Office.** Thesis of the Management Study Program with a concentration in Operational Management, Faculty of Economics, University of Nias. Under the guidance of Tri Hartati S. Hulu, S.E., M.Si

This research aims to determine the influence of *Total Quality Management* Regarding Customer Satisfaction at PT. Taspen (Persero) Nias Islands Branch Office. Total Quality Management is an approach to running a business that seeks to maximize the competitiveness of an organization through continuous improvement of the quality of its products, services, people, processes and environment.

This study uses a quantitative method. The respondents were employees and customers of PT. Taspen (Persero) Nias Islands Branch Office A total of 43 people, where the researcher collected data using a questionnaire, then conducted a data validity test, data reliability test, classical assumption test (normality test), simple linear regression test, and hypothesis test (t-test, f-test, and determination coefficient test).

The results of the study show that the Influence of Total Quality Management on Customer Satisfaction at PT. Taspen (Persero) Islands Branch Office Nias has a value of 72% while the remaining 28% is influenced by other factors that were not studied in this study.

Keywords: Total Quality Management, Customer Satisfaction

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Motto: Aku memulai dengan Nama Tuhan Yesus dan dengan keyakinan mengakhiri dengan kata Amin

15
“*Karena masa depan sungguh ada dan harapanmu tidak akan hilang*”.

(Amsal 23:18)

15
“*Aku tahu, bahwa Engkau sanggup melakukan segala sesuatu, dan tidak ada rencana-Mu yang gagal*”.

(Ayub 42:2)

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan dengan penuh rasa bangga dan cinta yang tulus kepada orang-orang terkasih yang telah mendukung penulis dengan caranya masing-masing:

1. Tuhan Yesus Kristus yang oleh karena berkat, kebaikan, anugerah dan kasih setia-Nya dalam hidup penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Untuk orangtua tercinta, Ayah (Alm) Adolf Nazara dan Ibu Asamalia Nazara. Paman Desman Serious Nazara dan Mama Tabah Rina Lase Terimakasih untuk cinta dan kasih sayang yang tulus yang diberikan serta mendidik dan membesarkan penulis dalam limpahan kasih sayang. Terimakasih untuk doa yang tidak pernah berhenti untuk penulis, perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana. Aku sangat bersyukur memiliki kalian dalam hidup penulis. Terimakasih atas apa yang telah diberikan kepada penulis yang tidak bisa dibandingkan dan digantikan dengan apapun selamanya.
Semoga Tuhan Yesus menganugerahkan umur panjang dan kesehatan yang baik, semoga kebahagiaan selalu menghampiri kalian.

3. Untuk saudara-saudari tersayang, Kakak Mira Anugrah Setia Nazara, Abang Yasaro Nazara, Abang Tri Krismon Nazara, Adek Iman Berkat Kenangan Nazara, dan Adek Caldora Oktaviana Nazara. Terimakasih sudah ikut serta dalam proses menempuh pendidikan selama ini, Penulis sangat bersyukur memiliki saudara seperti kalian semoga Tuhan Yesus memberkati dan menganugrahkan masa depan yang baik untuk kita Terima kasih atas semangat, doa, dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis.
4. Untuk keponakan ku yang cantik dan ganteng Gafriel Alfaro Gea dan Garneta Alona gea. Terimakasih sudah menjadi penyemangat penulis.
5. Terakhir, Terima kasih untuk diri saya sendiri yang telah bekerja keras berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini, dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

KATA PENGANTAR

10 Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa menjadi penopang dan teman terbaik penulis sepanjang hidupnya. Hanya karena kebaikan Kasih dan Berkat-Nya yang menuntun penulis dalam mengerjakan skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Total Quality Manajemen Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias." 7 Penelitian ini dimaksud untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar 3 Sarjana Ekonomi pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nias. Disamping itu, penulis skripsi ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan pembaca, secara khusus Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Nias.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak menghadapi kendala dan masalah, oleh karena usaha yang maksimal dan kemampuan yang Tuhan berikan kepada penulis serta bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, maka penulisan skripsi ini dapat selesai. Penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang terdalam untuk Orangtua, saudara dan sahabat penulis, atas Cinta, Doa dan dukungan moral maupun materi yang diberikan kepada penulis. Terimakasih atas cinta yang terpancar serta doa yang selalu mengiringi tiap langkah penulis, sehingga penulis sampai di titik ini.

Sejak memasuki Universitas Nias, pada Agustus 2022, hingga penulisan 5 proposal penelitian ini, proses pembelajaran tidak akan berjalan dengan baik tanpa dukungan, bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, sangatlah wajar apabila penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang secara langsung ataupun tidak langsung turut membantu penulis.

1. 58 Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada Bapak Eliyunus Waruwu, S.Pt.,M.Si., selaku Rektor Universitas Nias.
2. 55 Ibu Maria Magdalena Bate'e, S.E.,M.M. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nias.
3. Bapak Yupiter Mendrofa S.E.,M.M sebagai Ketua Program Studi S1

Manajemen yang telah menciptakan suasana kekeluargaan selama menempuh proses studi di Universitas Nias.

4. Ibu Tri Hartati S. Hulu, S.E., M.Si sebagai dosen pembimbing utama yang telah mengarahkan dan membantu saya merumuskan permasalahan atau topik proposal skripsi
5. Seluruh staf pengajar di Universitas Nias atas semua ilmu yang telah diberikan kepada Penulis
6. Ucapan terimakasih saya sampaikan kepada pimpinan PT.Taspen beserta pegawai karena telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
7. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Seluruh keluarga besar, Orang tua, Kakak, Abang dan Adik, Terimakasih atas dukungan doa, moril, dan materi kepada penulis.
8. Teman-teman seperjuangan lokal RD-1 angkatan 2020. Terimakasih atas bantuan dan kerja sama selama studi di Universitas Nias.

Semoga Tuhan Yang Maha Pengasih dan Penyayang melimpahkan anugerah dan rahmat-Nya dengan berlipat ganda kepada semua pihak yang telah turut mendukung penyelesaian pendidikan sarjana ini. Amin.

Gunungsitoli, Oktober 2024
Penulis,

Nefi Idaman Kasih Nazara

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan masalah	6
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Total Quality Management	9
2.1.1 Pengertian Total Quality Management	9
2.1.2 Karakteristik Total Quality Management (TQM)	10
2.1.3 Prinsip Total Quality Management	13
2.1.4 Konsep Total Quality Management	15
2.1.5 Manfaat Penerapan Total Quality Management	16
2.1.6 Elemen Pendukung Total Quality Management	17
2.2 Kepuasan Nasabah	20
2.2.1 Manfaat Kepuasan	23
2.2.2 Elemen Kepuasan Nasabah	23
2.2.3 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	25
2.2.4 Indikator Kepuasan Pelanggan	25
2.3 Penelitian Terdahulu	26
2.4 Kerangka Berpikir	29
2.5 Hipotesis	29

8	BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1	Lokasi Penelitian.....	30
3.2	Jenis Penelitian.....	30
3.3	Identifikasi Variabel Penelitian.....	30
3.4	Populasi dan Sampel.....	31
	3.4.1 Populasi.....	31
	3.4.2 Sampel.....	32
3.5	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	32
	3.5.1 Data Penelitian.....	32
	3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.6	Teknik Analisis Data.....	34
	3.6.1 Pengolahan Angket.....	34
28	3.6.2 Uji Validitas Data.....	35
	3.6.3 Uji Reliabilitas Data.....	35
	3.6.4 Uji Asumsi Klasik.....	36
	3.6.5 Uji Normalitas Data.....	36
	3.6.6 Uji Autokorelasi.....	37
	3.6.7 Uji Heteroskedastisitas.....	37
	3.6.8 Uji Koefisien Korelasi (R).....	38
	3.6.9 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	38
	3.6.10 Regresi Linear Sederhana.....	39
	3.6.11 Uji Hipotesis.....	39
3.7	Jadwal Penelitian.....	41B
9	DAFTAR PUSTAKA.....	42
	LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	29

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, kepuasan nasabah maupun pelanggan merupakan kunci keberhasilan suatu perusahaan. Perubahan dalam dunia usaha yang semakin cepat mengharuskan perusahaan untuk merespon perubahan yang terjadi, masalah pokok yang dihadapi perusahaan-perusahaan saat ini adalah bagaimana perusahaan tersebut menarik nasabah dan mempertahankannya agar perusahaan tersebut dapat bertahan dan berkembang.

Kepuasan nasabah merupakan aset yang sangat berharga karena nasabah yang puas akan terus menggunakan jasa pilihannya, demikian sebaliknya nasabah yang tidak merasa puas akan memberitahukan dua kali lebih hebat kepada orang lain tentang pengalaman buruknya. Untuk menciptakan kepuasan nasabah, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh nasabah yang lebih banyak serta kemampuan untuk mempertahankan nasabahnya. Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka (Jasa et al., 2022)

Terbentuknya kepuasan nasabah bisa menghasilkan manfaat, yaitu keharmonisan antara nasabah dan perusahaan, terciptanya pembelian ulang dan kesetiaan nasabah, serta terciptanya rekomendasi dari mulut ke mulut yang memberikan keuntungan bagi perusahaan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah ataupun pelanggan mempunyai peran penting yang akan menentukan bahwa nasabah tersebut akan membeli kembali produk atau jasa yang akan kita tawarkan atau akan memberikan kesan yang kurang baik terhadap nasabah dan akan menyebabkan nasabah tersebut tidak akan membeli atau jasa yang

dimiliki perusahaan. Dengan memperhatikan hal ini perusahaan dapat membentuk dan mempertahankan kepuasan nasabah.

Nasabah memiliki peran penting dalam kelangsungan hidup dan kesuksesan suatu perusahaan. Nasabah adalah inti dari setiap bisnis. Mereka tidak hanya menyediakan pendapatan tetapi juga menjadi sumber inspirasi untuk inovasi, membantu membentuk reputasi perusahaan, dan mendukung strategi pemasaran yang efektif. Kepuasan, loyalitas, dan partisipasi aktif nasabah berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan jangka panjang perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus terus berfokus pada memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah untuk mencapai kesuksesan yang berkelanjutan.

PT Dana Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri (Persero) atau disingkat PT TASPEN (PERSERO) didirikan oleh Pemerintah pada tanggal 17 April 1963, PT Taspen ini merupakan salah satu perusahaan asuransi terkemuka di Indonesia, dengan fokus pada layanan pensiun dan manfaat kesejahteraan bagi pegawai negeri. Industri di Indonesia, termasuk persaingan yang sangat ketat, perubahan regulasi dan ekspektasi nasabah yang semakin tinggi terkait dengan kualitas layanan.

PT.Taspen (Persero) Kantor cabang Kepulauan Nias adalah perusahaan yang bergerak di bidang asuransi sosial yang menyediakan jaminan kesejahteraan bagi Pegawai Negeri Sipil (PNS) di Indonesia. Pada proses pelayanan PT. Taspen (Persero) memiliki motto yaitu "Melayani Melebihi Harapan Peserta." Motto ini selalu dijadikan acuan bagi Taspen saat melayani peserta Taspen. Demikian juga dengan PT.Taspen Kantor Cabang Kepulauan Nias,yang memiliki empat produk yang menjadi fokus utama pelayanan yaitu meliputi :

a. **Program Tabungan Hari Tua(THT)**

Asuransi Dwiguna adalah salah satu jenis asuransi yang memberikan jaminan keuangan bagi peserta Taspen pada saat yang bersangkutan mencapai usia pensiun. Asuransi kematian (Aksen)adalah asuransi yang memberikan jaminan keuangan kepada

peserta Taspen bila istri/suami/anak meninggal dunia atau kepada ahli warisnya bila peserta meninggal dunia. Asuransi jiwa seumur hidup bagi PNS peserta Taspen dan istri atau suaminya kecuali bagi janda atau duda PNS menikah lagi.

b. Program Pensiun,

Program yang memberikan penghasilan kepada penerima pensiun setiap bulan sebagai jaminan hari tua dan penghargaan atas jasa-jasa Pegawai Negeri selama bertahun-tahun bekerja dalam dinas pemerintahan (UU 11 Tahun 1969 pasal 1) tentang pensiun pegawai dan pensiun janda atau duda pegawai. Orang yang berhak menerima pensiun adalah PNS, penerima pensiun Pejabat Negara, program pensiun yang dikelola oleh PT.Taspen mencakup beberapa jenis pensiun, seperti pensiun sendiri, pensiun janda/duda, serta beberapa manfaat tambahan seperti uang duka wafat dan pensiun terus bagi ahli waris.

c. Program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK)

Program Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK) adalah Perlindungan atas resiko kecelakaan kerja atau penyakit akibat kerja atau berupa perawatan, santunan dan tunjangan cacat. Peserta JKK adalah ASN (Calon PNS, PPPK) kecuali ASN dilingkungan Kementerian Pertahanan dan Kepolisian Republik Indonesia, Pejabat Negara, Pimpinan/anggota DPR. Peserta JKK memiliki kewajiban yaitu, melaporkan data diri dan keluarga beserta perubahannya kepada T.Taspen (Persero), laporan perubahan tersebut diketahui oleh kepala instansi/unit kerja.

d. Program Jaminan Kematian (JKM).

Program Jaminan Kematian (JKM) adalah Perlindungan atas resiko kematian yang bukan akibat kecelakaan kerja, berupa santunan kematian. Program ini mewajibkan peserta untuk melaporkan data diri dan keluarga beserta perubahannya kepada PT.Taspen (Persero), laporan perubahan tersebut diketahui oleh kepala instansi/unit kerja,

dan membayar iuran program jaminan kematian sebesar 0,72% \times gaji pokok peserta perbulan ditanggung oleh pemberi kerja. Hak dan manfaat yang akan diperoleh oleh peserta yaitu: Santunan sekaligus, uang duka wafat, Biaya pemakaman, Bantuan beasiswa.

Total Quality Management adalah suatu pendekatan untuk menjalankan bisnis yang berusaha untuk memaksimalkan persaingan sebuah organisasi melalui perbaikan yang terus-menerus ⁶⁵ atas mutu produk, jasa, orang, proses dan lingkungannya. (Sibay & Amin, 2022) Total Quality Management melibatkan semua orang organisasi, mulai dari manajemen puncak hingga karyawan lini depan, dengan tujuan mencapai kesuksesan jangka panjang melalui kepuasan pelanggan dan manfaat bagi semua anggota organisasi serta masyarakat.

Tujuan utama dari menerapkan Total Quality Management (TQM) adalah untuk mencapai keunggulan dalam hal kualitas produk atau layanan yang disediakan kepada pelanggan. TQM bertujuan untuk meningkatkan proses internal perusahaan, meminimalkan cacat, memaksimalkan efisiensi, dan secara keseluruhan meniptakan nilai yang lebih baik bagi pelanggan. Dengan fokus pada kualitas yang konsisten dan kontinu, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat reputasi merek, dan mempertahankan keunggulan kompetitif di pasar.

Dasar pemikiran perlunya TQM sangatlah sederhana, yakni bahwa cara terbaik agar bersaing dan unggul dalam persaingan global adalah dengan menghasilkan kualitas terbaik. Agar menghasilkan kualitas terbaik maka diperlukan perbaikan berkesinambungan terhadap kemampuan manusia, proses dan lingkungannya. *Total Quality Management* dalam kegiatan pengelolaannya untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan secara menyeluruh melibatkan seluruh organisasi, fokus pada kebutuhan nasabah, peningkatan proses, dan pengelolaan dengan fakta dan data.

Berdasarkan pengamatan penulis, pelayanan di PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias sampai saat ini, karyawan

berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah walaupun pelayanan yang ada di PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias tidak mengalami banyak masalah, hanya saja ada beberapa masalah yang terkadang terjadi di PT Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias yaitu sistem error merupakan salah satu masalah yang cukup signifikan pada pelayanan PT Taspen (Persero) akibat dari sistem tidak bisa di akses oleh pegawai harus mencari data peserta Taspen Kantor Cabang Kepulauan Nias secara manual sehingga akan memakan waktu.

Permasalahan lain terkadang terjadi karena peserta Taspen tidak membawa berkas yang lengkap ataupun menyiapkan berkas yang sudah menjadi persyaratan saat melakukan klaim di PT.Taspen (Persero) yang disebabkan karna dalam penyampain informasi yang kurang jelas sehingga menimbulkan kesalahan informasi dan kejadian ini memakan waktu dalam proses pelayanannya,

PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias juga menyadari bahwa perkembangan perusahaan yang baik dan terarah sangat bergantung pada sumber daya manusia yang ada didalamnya. Dalam usahanya untuk meningkatkan kepuasan Nasabah di PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias membutuhkan karyawan yang handal, untuk itu perlu mengadakan pelatihan bagi karyawan agar setiap karyawan juga mempunyai kemampuan yang sesuai kebutuhan perusahaan dan sesuai dengan harapan nasabah.

Meskipun PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias telah melakukan banyak perbaikan pada perusahaanya namun masih terdapat kelemahan-kelemahan yang selalu ditemukan, oleh karena itu PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias membutuhkan perbaikan secara terus-menerus atau perbaikan secara bekesinambungan, maka dengan itu *Total Quality Management* merupakan suatu pendekatan dalam menjalankan usahanya yang memaksimalkan daya saing organisasi melalui perbaikan terus-menerus atas produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungnya.

Sebagai perusahaan yang sekaligus menyediakan produk/jasa PT.Taspen harus dapat memberikan pelayanan yang baik dan melampaui harapan nasabah sehingga dapat memuaskan pelanggannya secara lebih baik, yang pada gilirannya dapat menumbuhkan loyalitas nasabah, sehingga terjadi pembelian ulang.

Penelitian yang dilakukan oleh (Eswika & Istiantin, 2015) Pengaruh *Total Quality Management* terhadap kepuasan konsumen pada dealer PT. Ramayana Motor Sukaharjo. Menyatakan bahwa Variabel *Total Quality Management* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Yesenia & Siregar, 2016) Pengaruh *Total Quality Management* terhadap kepuasan pelanggan KFC di Tanggerang Selatan. Variabel *Total Quality Management* berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka peneliti tertarik mengangkat judul “Pengaruh *Total Quality Management* terhadap kepuasan nasabah di PT.Taspen Kantor Cabang Kepulauan Nias.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah

- a. Sistem eror merupakan masalah yang cukup signifikan pada pelayanan di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias
- b. Penyampaian informasi yang kurang jelas kepada peserta maupun nasabah tentang membawa atau menyiapkan berkas yang sudah menjadi persyaratan saat melakukan klaim di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias
- c. Perlunya pelatihan kerja terhadap karyawan PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis memberi batasan mengenai objek penelitian yang diangkat manfaat lainnya adalah agar peneliti tidak terjebak pada banyaknya data yang diperoleh di lapangan. Penelitian lebih diarahkan pada tingkat kebaruan informasi yang akan diperoleh dari situasi perekonomian dan sosial ini dimaksudkan untuk membatasi studi kuantitatif sekaligus membatasi penelitian guna memilih mana data yang relevan dan mana data yang tidak relevan. Menurut Sugiyono dalam (Sugiyono, 2018) “pembatasan dalam penelitian kuantitatif lebih di dasarkan pada tingkat kepentingan, urgensi dan reabilitas masalah yang akan di pecahkan.” Penelitian ini di fokuskan meliputi: Pengaruh *Total Quality Management* terhadap kepuasan nasabah di PT.Taspen Kantor Cabang Kepulauan Nias?

1.4 Rumusan Masalah

- a. Apakah Total Quality Management berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT.Taspen Kantor Cabang Kepulauan Nias?
- b. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh Total Quality Management terhadap kepuasan nasabah di PT.Taspen Kantor Cabang Kepulauan Nias?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh Total Quality Management terhadap kepuasan nasabah di PT.Taspen Kantor Cabang Kepulauan Nias?
- b. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh Total Quality Management terhadap kepuasan nasabah di PT.Taspen Kantor Cabang Kepulauan Nias?

1.6 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan ¹¹ tujuan yang akan dicapai, maka penelitian ini akan memberikan manfaat:

- a. Bagi peneliti, menjadi bahan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi pada Universitas Nias Fakultas Ekonomi.
- b. Penelitian ini dapat memperluas wawasan dan memperkaya ilmu pengetahuan serta pengembangan di lingkungan Universitas Nias Fakultas Ekonomi.
- c. Bagi lokasi penelitian (PT.Taspen), menjadi masukan dan referensi dalam mengambil suatu kebijakan atau keputusan
- d. Bagi Peneliti Selanjutnya Sebagai referensi bagi penelitian-penelitian lanjutan yang berkaitan dengan penelitian ini.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Total Quality Management

2.1.1 Pengertian Total Quality Management

Nasution (dalam Valentino et al., 2021) mengemukakan bahwa *Total Quality Management* merupakan perpaduan semua fungsi manajemen semua bagian dari suatu perusahaan dan semua orang ke dalam falsafat holistik yang dibangun berdasarkan konsep kualitas, *teanword*, paroduktifitas dan kepuasan pelanggan

Total Quality Management (TQM) adalah pendekatan manajemen yang berfokus pada peningkatan kualitas secara menyeluruh dalam semua aspek operasional organisasi. ini melibatkan seluruh anggota organisasi dalam upaya untuk menciptakan produk atau layanan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Menurut *Internasional Organisation For standardization* (ISO), *Total Quality Management* pada suatu organisasi, berfokus pada kualitas dan didasarkan atas partisipasi dari keseluruhan sumber daya manusia dan ditunjukkan pada kesuksesan jangka panjang melalui kepuasan pelanggan dan memberikan manfaat pada anggota organisasi (Sumber Daya Manusia) dan masyarakat. Tujuan utama *Total Qulaity Mangement* adalah perbaikan mutu pelayan secara terus-menerus. Banyak para ahli yang mengemukakan pendapat mengenai pengertian dan konsep mengenai *Total Quality Management*.

Menurut Soewarso Hardjosoedarmo (dalam Anggraeni & Rachmawati, 2023) *Total Quality Management*: TQM adalah pendekatan metode kuantitatif dengan penggunaan manusia untuk meningkatkan bahan dan layanan yang masuk ke dalam organisasi, untuk meningkatkan semua proses utama organisasi, dan memperkuat upaya untuk memenuhi kebutuhan pengguna produk

dan layanan saat ini dan di masa mendatang. Dari beberapa defenisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *Total Quality Management* merupakan sebuah pendekatan yang menekankan peningkatan proses produksi secara terus-menerus melalui eliminasi pemborosan, peningkatan kualitas, serta mengurangi biaya produksi. Dengan demikian, tujuan akhir dari konsep *Total Quality Management* adalah untuk mencapai kepuasan pelanggan dan upaya mengurangi atau kesalahan/ketidak sempurnaan barang atau jasa yang dihasilkan.

Menurut “Hastuti (dalam Riadi, 2017).” Menegaskan, agar program *Total Quality Management* berjalan sesuai yang diharapkan, diperlukan persyaratan yaitu komitmen yang tinggi (dukungan penuh) dari manajemen puncak, mengalokasikan waktu secara penuh untuk program *Total Quality Management*, menyiapkan dana dan mempersiapkan sumber daya manusia yang berkualitas, memiliki koordinator (Fasilitator) program *Total Quality Managemen* melakukan bechmarkinnng pada perusahaan lain yang menerapkan *Total Quality Managemen*, merumuskan nilai, visi misi, dan mengambil pembelajaran dari kegagalan program *Total Quality Management*.

2.1.2 Karakteristik Total Quality Managemen (TQM)

Menurut Goestch dan Davis (dalam Riadi, 2017) ada sepuluh karakterstik total quality manajemen yang masing masing di jelaskan, sebagai berikut:

- a. **Fokus pada pelanggan.** 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 atau jasa.

- b. **Obsesi terhadap kualitas.** Dalam organisasi yang menerapkan TQM, pelanggan internal dan eksternal menentukan kualitas. Dengan kualitas yang ditetapkan tersebut, organisasi harus terobsesi untuk memenuhi atau melebihi apa yang ditentukan mereka. Hal ini berarti bahwa semua karyawan pada setiap level berusaha melaksanakan setiap aspek pekerjaannya berdasarkan perspektif.
- c. **Pendekatan ilmiah.** Pendekatan ilmiah sangat diperlukan dalam penerapan TQM, terutama untuk mendesain pekerjaan dan dalam proses pengambilan keputusan dan pemecahan masalah yang berkaitan dengan pekerjaan yang didesain tersebut. Dengan demikian, data diperlukan dan dipergunakan dalam menyusun patok duga (benchmark), memantau prestasi, dan melaksanakan perbaikan.
- 2 d. **Komitmen jangka panjang.** TQM merupakan suatu paradigma baru dalam melaksanakan bisnis. Untuk itu, dibutuhkan budaya perusahaan yang baru pula. Oleh karena itu, komitmen jangka panjang sangat penting guna mengadakan perubahan budaya agar penerapan TQM dapat berjalan dengan sukses.
- 15 e. **Kerjasama tim.** Dalam organisasi yang dikelola secara tradisional seringkali diciptakan persaingan antar departemen yang ada dalam organisasi tersebut agar daya saingnya terdongkrak. Sementara itu, dalam organisasi yang menerapkan TQM, kerjasama tim, kemitraan, dan hubungan dijalin dan dibina, baik antar karyawan perusahaan maupun dengan pemasok, lembaga-lembaga pemerintah, dan masyarakat sekitarnya.
- 2 f. **Perbaikan secara berkesinambungan.** Setiap produk dan atau jasa dihasilkan dengan memanfaatkan proses-proses tertentu di dalam suatu sistem/ lingkungan. Oleh karena itu, sistem yang ada

perlu diperbaiki secara terus-menerus agar kualitas yang dihasilkannya dapat makin meningkat.

g. **Pendidikan dan pelatihan.** Dewasa ini masih terdapat perusahaan yang menutup mata terhadap pentingnya pendidikan dan pelatihan karyawan. Kondisi seperti itu menyebabkan perusahaan yang bersangkutan tidak berkembang dan sulit bersaing dengan perusahaan lainnya, apalagi dalam era persaingan global. Sedangkan dalam organisasi yang menerapkan TQM, pendidikan dan pelatihan merupakan faktor yang fundamental. Setiap orang diharapkan dan didorong untuk terus belajar. Dengan belajar, setiap orang dalam perusahaan dapat meningkatkan keterampilan teknis dan keahlian profesionalnya.

h. **Kebebasan yang terkendali.** Dalam TQM, keterlibatan dan pemberdayaan karyawan dalam pengambilan keputusan dan pemecahan masalah merupakan unsur yang sangat penting. Hal ini dikarenakan unsur tersebut 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.

i. **Kesatuan tujuan.** Supaya TQM dapat diterapkan dengan baik, maka perusahaan harus memiliki kesatuan tujuan. Dengan demikian, setiap usaha dapat diarahkan pada tujuan yang sama. Akan tetapi, kesatuan tujuan ini tidak berarti bahwa harus selalu ada persetujuan/ kesepakatan antara pihak manajemen dan karyawan, misalnya mengenai upah dan kondisi kerja.

j. **Adanya keterlibatan dan pemberdayaan karyawan.** Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan dapat meningkatkan kemungkinan dihasilkannya keputusan yang baik, rencana yang baik, atau perbaikan yang lebih efektif, karena juga mencakup pandangan dan pemikiran dari pihak-pihak yang langsung

berhubungan dengan situasi kerja serta meningkatkan rasa memiliki dan tanggung jawab atas keputusan dengan melibatkan orang-orang yang harus melaksanakannya.

2.1.3 Prinsip Total Quality Management

Total Quality Management merupakan suatu konsep yang berupa melakukan sistem manajemen kualitas kelas dunia. Untuk itu diperlukan perubahan besar dalam budaya dan sistem nilai suatu organisasi. Menurut Hensler dan Brunnell (dalam Thabaroni, 2022)) ada empat prinsip utama dalam *Total Quality Management*. Keempat prinsip tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kepuasan Pelanggan

Kebutuhan pelanggan internal dan pelanggan eksternal harus selalu dipuaskan, baik dari segi produk, pelayanan, harga, keamanan, dan ketepatan waktu. Kepuasan pelanggan akan terjadi apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan, namun yang sering terjadi ialah ada kesenjangan diantara keduanya, sehingga pelanggan sulit untuk merasa puas. Suatu produk yang dihasilkan baru dapat dikatakan berkualitas apabila sesuai dengan keinginan pelanggan, dengan demikian produk harus diproduksi dan pelayanan harus diberikan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dengan berorientasi pada kepuasan pelanggan, perusahaan akan meningkatkan kualitas produk dan pelayanannya secara terus-menerus dan cepat tanggap terhadap keinginan pelanggan yang selalu berubah.

2. Respek terhadap semua orang

Setiap orang dalam perusahaan harus dipandang sebagai sumber daya yang paling bernilai karena memiliki talenta tersendiri yang unik, karena itu harus diperlakukan dengan baik dan diberi kesempatan untuk terlibat dan berpartisipasi dalam tim pengambilan keputusan.

Terkadang perusahaan hanya melakukan perbaikan dan pemeliharaan terhadap produk saja dan melupakan keberadaan karyawan sebagai kunci utama kesuksesan. Membina hubungan yang baik dalam perusahaan akan membuat karyawan merasa dipercaya dan diandalkan, sehingga memacu mereka untuk menciptakan ide dan kreativitas baru yang nantinya dapat meningkatkan produktivitas dan dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang dilakukan terhadap masyarakat dengan tetap menanamkan sikap saling menghormati.

3. Manajemen berdasarkan fakta

Pengambilan setiap keputusan dalam perusahaan harus berdasarakan fakta yang terjadi di lapangan, yang telah dipastikan keberadaannya, bukan hanya berdasarkan perasaan dan pengalaman semata. Perubahan selalu terjadi secara terus-menerus, maka perubahan pun harus terus mengikuti perkembangan jaman. Dengan melihat pada fakta yang telah dikumpulkan dan di olah menjadi data, maka dapat diketahui kondisi perusahaan yang akurat, sehingga manajemen dapat memprediksi hasil dari setiap keputusan dan tindakan yang dilakukan dengan tepat. Dengan data itu pula, perusahaan dapat mengetahui bagian-bagian yang perlu perbaikan, sehingga perbaikan dapat dilakukan pada bagian yang paling memerlukan vital terlebih dahulu, karena perbaikan tidak dapat dilakukan perusahaan tersebut pada akhirnya akan mampu meningkatkan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat.

4. Perbaikan berkesinambungan

Setiap perusahaan perlu melakukan perbaikan berkesinambungan untuk mencapai kesuksesan. Dalam perbaikan berkesinambungan, produk dikatakan gagal apabila menyimpang dari harapan pelanggan. Untuk melakukan perbaikan berkesinambungan tidak hanya diperlukan peningkatan sumber daya, tetapi peningkatan sistem. Dalam memecahkan

masalah, perusahaan harus mencari sumber atau penyebab masalah dan solusi masalah sekaligus, tidak boleh hanya menekankan pada salah satunya saja. Hal yang paling penting dalam perbaikan berkesinambungan adalah komunikasi, agar masing-masing bagian mengetahui job desk-nya dan saling melaporkan kemajuan maupun kemunduran yang terjadi, serta tetap memantau perubahan. Dengan dilaksanakannya perubahan berkesinambungan, maka akan berdampak terhadap peningkatan kualitas produk dan juga pelayanan perusahaan.

40 2.1.4 Konsep Total Quality Management

Konsep Total Quality Management ini memerlukan komitmen semua anggota organisasi terhadap perbaikan seluruh aspek manajemen organisasi. Pada dasarnya, konsep TQM mengandung tiga unsur, menurut Bounds et al. (Hardika et al., 2016), unsur tersebut sebagai berikut:

a. Strategi nilai pelanggan

Nilai pelanggan adalah manfaat yang dapat diperoleh pelanggan atas penggunaan produk/jasa yang dihasilkan perusahaan dan pengorbanan pelanggan untuk memperolehnya. Strategi ini merupakan perencanaan bisnis untuk memberikan nilai bagi pelanggan termasuk karakteristik produk, cara penyampaian pelayanan dan sebagainya.

b. Sistem organisasional

Sistem organisasional berfokus pada penyediaan nilai bagi pelanggan. Sistem ini mencakup tenaga kerja, material, mesin/teknologi proses kerja, arus informasi, dan pembuatan keputusan.

c. Perbaikan kualitas berkesinambungan

Perbaikan kualitas diperlukan untuk menghadapi lingkungan eksternal yang selalu berubah, terutama perubahan selera pelanggan. Konsep ini menuntut adanya komitmen untuk melakukan pengujian kualitas produk secara *continue*. Dengan perbaikan kualitas prooduk secara *continue*, maka dapat memuaskan keinginan pelanggan.

6
2.1.5 Manfaat Penerapan Total Quality Management

Telah banyak analisis yang menunjukkan bahwa manajemen kualitas berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara dimensi kualitas dengan kinerja organisasi yang tergantung pada tipologi organisasinya. Analisis lain adalah menguji pengaruh praktik manajemen kualitas terhadap kinerja dan keunggulan kompotitif perusahaan, yaitu menganalisis infranstruktur yang menciptakan lingkungan pendukung pelaksanaan manajemen kualitas. Hasil analisis menunjukkan bahwa infranstruktur berpengaruh pada kinerja perusahaan dan berpengaruh pada keunggulan kompotitif perusahaan (Hardika et al., 2016),

Menurut Bounds et al. (Hardika et al., 2016) telah meneliti hubungan antara penerapan *Total Quality Management* dengan kinerja dan keunggulan kompotitif beberapa perusahaan manufaktur di Indonesia. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas merupakan syarat penting keberhasilan perusahaan, *Total Quality Management* merupakan pendekatan untuk mempertahankan hidup serta meningkatkan daya saing perusahaan, dan penerapan *Total Quality Management* memerlukan dukungan infranstruktur perusahaan.

Keuntungan yang didapatkan perusahaan karna menyediakan barang dan jasa dengan kualitas terbaik yaitu berasal dari pendapatan

penjualan yang lebih tinggi dan biaya yang lebih rendah. Gabungan keduanya menghasilkan profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan.

Menurut Tjiptono (dalam Channel, 2023) perusahaan yang menerapkan teknik *Total Quality Management* memperoleh beberapa manfaat utama yang pada akhirnya akan meningkatkan laba serta daya saing perusahaan bersangkutan, antara lain: rute pertama yaitu pasar dan rute kedua yaitu rute biaya, rute pertama menjelaskan perusahaan dapat memperbaiki posisi persaingannya sehingga pangsa pasarnya semakin besar dan harga jualnya dapat lebih tinggi. Kedua hal ini mengarah pada meningkatnya penghasilan sehingga laba yang diperoleh semakin besar. Rute kedua menjelaskan perusahaan dapat meningkatkan output yang bebas dari kerusakan melalui upaya perbaikan kualitas. Hal ini menyebabkan biaya operasi perusahaan berkurang. Dengan demikian laba yang diperoleh akan meningkat.

18 2.1.6

Elemen Pendukung Total Quality Management (TQM)

Menurut Natha (dalam Channel, 2023), Agar sukses dalam menetapkan *Total Quality Management*, suatu organisasi harus berkonsentrasi pada delapan elemen kunci, yaitu: (1) Etika (2) Integritas (3) Kepercayaan (4) Pendidikan dan Pelatihan (5) Kerjasama tim (6) Kepemimpinan (7) Komunikasi (8) Penghargaan, yang akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Etika

Etika adalah disiplin yang terkait dengan kebaikan dan keburukan dalam berbagai situasi. Ini seperti dua sisi mata uang yang dilambangkan oleh etika organisasi dan etika individu. Etika organisasi membentuk sebuah kode etik bisnis yang menguraikan petunjuk bagi semua anggotanya dan harus melekat dalam pekerjaan

sehari-hari mereka. Sedangkan etika individu mencakup kebenaran dan kesalahan perseorangan.

2. Integritas

Integritas mencakup kejujuran, moral, nilai-nilai, keadilan dan kesetiaan terhadap kebenaran dan keiklaksanaan. Karakteristiknya adalah bahwa apa yang diharapkan oleh nasabah (Internal/eksternal) dan apa yang memang layak mereka terima

3. Kepercayaan

Kepercayaan adalah produk dari integritas dan perilaku yang beretika. Tanpa kepercayaan, kerangka kerja dari *Total Quality Management* tidak dapat dibangun. Kepercayaan membantu perkembangan partisipasi penuh dari semua anggota organisasi. Ia memperkenalkan aktivitas pemberian wewenang yang mendorong kebanggaan turut memiliki perusahaan dan juga komitmen. Ia memberi peluang dilakukannya pengambilan keputusan pada semua level dalam organisasi, mengembangkan penanganan resiko oleh tiap-tiap individu untuk perbaikan berkelanjutan dan membantu dalam menjamin ⁶ bahwa ukuran-ukuran yang digunakan terpusat pada perbaikan proses dan tidak digunakan untuk melawan pendapat orang lain. Kepercayaan adalah sifat dasar untuk menjamin kepuasan pelanggan. Jadi, kepercayaan membangun lingkungan yang kooperatif (saling bekerjasama) sebagai dasar untuk *Total Quality Management*.

4. Pendidikan dan Pelatihan

Mutu di dasarkan pada keterampilan setiap karyawan yang pengertiannya tentang apa yang dibutuhkan oleh pelanggan ini mencakup mendidik dan melatih semua karyawan, memberikan informasi yang mereka butuhkan untuk menjamin perbaikan mutu dan memecahkan persoalan. Pelatihan inti ini memastikan bahwa suatu sel alat yang sama akan di perbaiki diseluruh perusahaan.

Pelatihan tambahan pada *benchmarking*, statistik, dan tekniknya juga digunakan dalam rangka mencapai kepuasan pelanggan.

5. Kerjasama tim

Kerjasama tim juga merupakan sebuah elemen kunci dari *Total Quality Management*, yang menjadi alat bagi organisasi dalam mencapai kesuksesan. Dengan menggunakan tim dalam bekerja, organisasi akan dapat memperoleh penyelesaian yang cepat dan tetap terhadap semua masalah. Suatu tim biasanya juga memberikan perbaikan-perbaikan permanen dalam proses dan operasi-operasi. Dalam sebuah tim, orang-orang akan merasa lebih nyaman untuk mengajukan masalah-masalah yang terjadi dan dapat dengan segera memperoleh bantuan dari pekerja-pekerja lainnya berupa solusi-solusi yang akan digunakan untuk menanggulangi masalah-masalah yang di hadapi.

6. Kepemimpinan

Manager senior harus mengarahkan upaya pencapaian tujuan dengan memeberikan, menggunakan alat dan bahan yang komunikatif, menggunakan data dan mengalu siapa-sapa yang berhasil menerapkan manajemen mutu terpadu. Ketika memutuskan untuk menggunakan *Total Quality Management* sebagai kunci proses manajemen, peranan menejer senior sebagai penasihat, guru, dan pimpinan tidak dapat diremehkan.

7. Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah pemahaman bersama terhadap suatu atau kelompok ide-ide antara pengirim inforamasi. *Total Quality Management* yang sukses menuntut komunikasi dengan dan /atau

diantara, semua anggota organisasi, pemasok dan juga pelanggan. Para supervisor harus memelihara keterbukaan dari arus komunikasi dimana seluruh karyawannya dapat mengirim dan menerima semua informasi tentang proses-proses *Total Quality Management*. Adalah sesuatu yang vital bahwa komunikasi harus dirangkai dengan penyampaian informasi yang benar bukan dengan informasi yang keliru. Supaya komunikasi bisa menjadi sesuatu yang dapat dipercaya maka pesan yang disampaikan harus jelas dan penerimaan informasi harus memiliki penafsiran yang sama dengan apa yang dimaksud pengirimnya.

8. Penghargaan

Penghargaan adalah elemen terakhir dari keseluruhan sistem *Total Quality Management*. Sebaiknya diberikan untuk saran-saran dan pencapaian-pencapaian yang memuaskan baik dihasilkan oleh suatu tim ataupun individu. Para karyawan akan didorong untuk berusaha keras memperoleh penghargaan untuk dirinya dan untuk timnya. Menemukan dan mengenal para kontributor dari saran-saran dan pencapaian-pencapaian yang baik tersebut merupakan tugas dari seorang supervisor. Begitu para kontributor ini dihargai, mereka akan dapat mengalami perubahan yang sangat besar dalam hal penghargaan diri, produktivitas, mutu dan jumlah karya yang pada akhirnya mendorong seseorang untuk berusaha lebih giat dalam tugas sehari-harinya. Penghargaan datang bentuk terbaiknya jika saran-saran tersebut diikuti oleh sebuah tindakan langsung untuk mencapai hasil yang baik oleh kontributor tersebut.

2.2. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah ukuran seberapa baik produk atau layanan suatu perusahaan memenuhi harapan dan kebutuhan nasabah, ini tidak hanya mencakup kualitas produk atau layanan itu sendiri, tetapi juga pengalaman nasabah dalam berinteraksi dengan perusahaan, mulai dari proses pembelian hingga layanan purna jual. Kepuasan nasabah mempengaruhi faktor penting dalam membangun loyalitas nasabah, meningkatkan retensi nasabah, dan menciptakan citra positif bagi perusahaan. Perusahaan yang memprioritaskan kepuasan nasabah cenderung lebih setia dan cenderung memberikan referensi positif kepada orang lain.

Menurut Kotler dan Keller (dalam Cahyaningrum, 2020), Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, nasabah akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, nasabah akan puas. Selain itu, apabila kinerja melebihi ekspektasi, nasabah akan sangat puas dan senang.

Menurut Tjiptono (Valentino et al., 2021) Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Sangat dibutuhkan penelitian untuk membuktikan ada atau tidaknya harapan sebelumnya yang merupakan bagian terpenting dalam kepuasan.

Menurut Tjiptono dan Chandra (dalam Thabaroni, 2022) beberapa metode dalam mengukur kepuasan pelanggan sebagai berikut:

a. Sistem keluhan dan saran

Setiap pemasar yang berorientasi pada pelanggan wajib memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat, gagasan, masukan dan keluhan mereka. Informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat

memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga bagi perusahaan, sehingga memungkinkan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

b. Survei kepuasan pelanggan

Sebagian besar riset kepuasan pelanggan menggunakan metode survei, baik via pos, telepon, e-mail, website, maupun wawancara langsung. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik langsung dari pelanggan dan juga memberikan sinyal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap mereka.

c. *Ghost/Mystery Shopping*

Salah satu metode untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang *ghost shopper* untuk berperan sebagai pelanggan potensial perusahaan dan pesaing. Mereka diminta melaporkan berbagai temuan penting berdasarkan pengalamannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk maupun layanan perusahaan dibandingkan pesaing. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat melakukan observasi (bisa pula merekam menggunakan kamera tersembunyi) cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan spesifik pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan, dan menangani setiap masalah/keluhan pelanggan.

d. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan sedapat mungkin menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok, agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya. Kesulitan dari metode ini adalah mengidentifikasi dan mengkontak mantan pelanggan

yang bersedia memberikan masukan dan evaluasi terhadap kinerja perusahaan.

Salah satu pratikal dalam mengukur sikap nasabah iyalah dengan menggunakan kuesinor. Perusahaan harus mendesain kuesinor kepuasan nasabah yang secara akurat dapat memperkirakan pesepsi nasabah tentang mutu barang dan jasa. Penggunaan kuesioner nasabah harus benar-benar dapat mengukur dengan tepat persepsi dan sikap nasabah.

2.2.1 Manfaat Kepuasan

Beberapa manfaat apabila suatu perusahaan dapat meningkatkan tingkat dari kepuasan pelanggan diantaranya:

- a. Dapat menjalin relasi hubungan jangka panjang diantara pihak pelanggan dengan perusahaan.
- b. Dapat membentuk kesempatan dalam meningkatkan bisnis akibat dari adanya pembelian ulang, *crosss-selling* dan *up-selling*.
- c. Dapat menciptakan loyalitas dari pelanggan.
- d. Berpotensi menarik pelanggan baru serta dapat menguntungkan bagi perusahaan dari adanya rekomendasi dari mulut ke mulut yang positif.
- e. Dapat memberikan citra yang semakin positif dari suatu perusahaan di mata pelanggannya.
- f. Dapat meningkatkan *profitabitabilitas* perusahaan.

2.2.2 Elemen Kepuasan Nasabah

Menurut Wilkie, kepuasan nasabah dapat dibagi ke dalam 5 elemen diantaranya yaitu:

- a. Harapan (Expectations)

Penafsiran terhadap kepuasan nasabah diciptakan pada fase prapembelian dengan melalui proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh nasabah. Sebelum nasabah melakukan pembelian, nasabah meningkatkan harapan serta keyakinannya terhadap

harapannya mengenai suatu produk apabila mereka menggunakan suatu produk tersebut.

b. Perbuatan (*performance*)

Selama menggunakan dari suatu produk tersebut, nasabah menyadari atas kegunaan dari produk aktual dan menerima kinerja dari produk tersebut merupakan dimensi yang terpenting untuk nasabah. Ketika kinerja aktual barang atau jasa tersebut berhasil maka nasabah akan merasa puas.

c. Perbandingan (*Comparison*)

Setelah menggunakan, terdapat fase dimana adanya harapan pembelian dengan persepsi dari kinerja aktual sehingga nasabah memadankan antara keduanya. Nasabah akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual barang atau jasa tersebut.

d. Penegasan (*Confirmation or Disconfirmation*)

Harapan nasabah dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain. Setelah membandingkannya tersebut dapat memperoleh *Confirmation or Disconfirmation*, merupakan dimana harapan dengan kinerja berada pada level yang sama atau bahkan dapat menghasilkan *disconfirmation of expectation*, merupakan dimana harapan lebih tinggi dibandingkan kinerja aktual produk.

e. Ketidaksesuaian (*Discrepancy*)

Apabila level dari kinerja tersebut tidak sama atau perbedaan yang dapat mengidentifikasi bagaimana perbandingan level pada kinerja dengan harapan. Apabila *negative disconfirmation*, dimana kinerja aktual berada pada level bawah harapan, kesenjangan ini apabila meluas dapat terjadinya adanya level ketidakpuasan lebih tinggi. Sebaliknya, *positive disconfirmation* ialah ketika kinerja aktual berada di atas level harapan. Ketika nasabah puas, dengan demikian nasabah akan menggunakan barang ataupun jasa yang sama, namun apabila

nasabah tidak puas maka nasabah akan menuntut perbaikan ataupun komplain kepada lembaga dan tidak menutup kemungkinan nasabah tersebut akan berpindah lembaga lain.

27

2.2.3 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Indrasari (2019:92) adalah:

1. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai yang diharapkan.
3. Emosional, pelanggan akan merasa ⁴¹ bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan.
5. Biaya, pelanggan yang tidak mengeluarkan ⁶¹ biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas dengan produk tersebut.

2.2.4 Indikator Kepuasan Pelanggan

Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Indrasari (2019:92) adalah :

1. Kesimpulan harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi kesimpulan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
2. Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa perusahaan.

3. Kesiediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya.

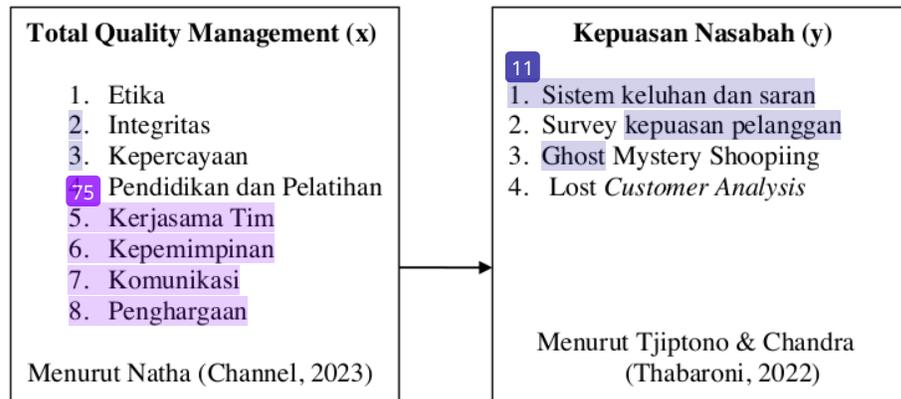
2.3 Penelitian Terdahulu

NO.	Nama peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian	Metode penelitian
1.	Chrisylen N. Monimbar (2013)	Pengaruh <i>Total Quality Management</i> Terhadap Kinerja pelayanan dan kepuasan konsumen pada PT. Taspen Manado.	Hasil penelitian menunjukkan <i>Total Quality Management</i> PT. Taspen Manado. Sudah sangat baik, dalam hal ini penerapan tiga pilar TQM, yaitu, Pengembangan kualitas SDM, sarana prasarana dan manajemen dan ditemukanlah hasil-hasil realistis mengenai TQM di PT. Taspen Manado. Terdapat pengaruh signifikan antara TQM terhadap variabel kinerja perusahaan dan kepuasan konsumen.	Kuantitatif
2.	Benny Osta Nababan & Tanisa Adra Oktaviani (2018)	Pengaruh <i>Total Quality Management</i> terhadap kepuasan peserta Pensiunan pada PT. Taspen (Persero) Cabang Depok.	Hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa Tangible (X_1), Reability (X_2), Responsiveness (X_3), secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan peserta pensiun (Y) artinya semakin baik Tangible (X_1), Reability (X_2), Responsiveness (X_3), maka kepuasan peserta pensiun akan semakin meningkat. Assurance (X_4) dan Empaty (X_5) secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan peserta pensiun (Y)	Kuantitatif

3.	Yosinta Damayanti (2018)	Pengaruh Implementasi <i>Total Quality Management</i> Terhadap Kepuasan Nasabah pada Perbankan Konvensional Bank Tabungan Negara (BTN) KCP Uin Sunan Ampel Surabaya	Hasil penelitian ini adalah: menunjukkan bahwa, <i>Total Quality Management</i> secara signifikan dan positif dapat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa <i>Total Quality Management</i> yang ada pada Bank Tabungan Negara (BTN) KCP Uin Sunan Ampel Surabaya dapat mempengaruhi Kepuasan Nasabah.	Kuantitatif
4.	Novalia, Nelly Astuti & Fery Panjaitan (2018)	Analisi Pengaruh Total Quality Management Terhadap Kepuasan Nasabah di Hotel Grand Mutiara Pangkal Pinang	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Terdapat pengaruh signifikan variabel Obsesi terhadap kualitas, Kerjasama tim (teamwork), Pendidikan dan pelatihan, Keterlibatan dan pemberdayaan karyawan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah di Hotel Grand Mutiara Pangkal Pinang. Hal ini terbukti dengan nilai F_{hitung} sebesar 7,873, sementara itu nilai F_{tabel} 2,47 dengan demikian F_{hitung} (7,873) > F_{tabel} (2,47) keputusannya jelas H_0 ditolak dan H_1 diterima	Kuantitatif
5.	Erry Donnely(2018)	Pengaruh Total Quality Management Terhadap Kepuasan Pelanggan di Garden Gazebo Restaurant Purawisata Yogyakarta	Hasill penelitian ini menunjukkan bahwa: variabel <i>Total Quality Management</i> mempunyai pengaruh silmutan secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan menunjukan nilai F sebesar 414,873, dari hasil pengujian SPSS diperoleh nilai F dengan tingkat signifikan 0,000. Dengan menggunakan batas signifikan 0,05 yang berarti lebih kecil dari 0,05(<0,05) dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya yaitu <i>Total Quality Management</i>	Kuantitatif

			memiliki pengaruh positif dalam meningkatkan Kepuasan pelanggan di Garden Gazebo Restaurant Purawisata Yogyakarta	
--	--	--	---	--

2.4 Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

2.5 Hipotesis

Menurut pendapat dari Arikunto (Arikunto, 2016) hipotesis adalah suatu jawaban yang sifatnya sementara terhadap masalah dalam penelitian, sampai permasalahan tersebut terbukti melalui data yang terkumpul. Hipotesis dirumuskan atas dasar kerangka berikir yang merupakan sebuah jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan. Maka dari pengertian diatas dapat dirumuskan yang menjadi hipotesis dalam penelitian adalah

Ha : Total Quality Manajenen (TQM) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias

Ho : Total Quality Manajenen (TQM) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias.

METODE PENELITIAN**3.1. Lokasi Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini, penulis memilih lokasi penelitian di PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias yang beralamat di Desa Ononomolo I Lot Kec. Gunungsitoli Selatan Kota Gunungsitoli.

3.2. Jenis Penelitian

Penelitian merupakan suatu proses kegiatan dalam rangka mencari, mengetahui, dengan tujuan agar menemukan suatu ilmu pengetahuan dengan cara yang ilmiah dan tersusun secara sistematis.

Secara umum, jenis penelitian dapat dibedakan berdasarkan jenis data menurut (Suliyanto, 2018) dibagi menjadi.

1. Riset kualitatif adalah riset yang didasarkan pada data-data kualitatif yaitu tidak berbentuk angka dan bilangan sehingga hanya berbentuk pertanyaan-pertanyaan atau kalimat.
2. Riset kuantitatif adalah riset yang didasarkan pada data kuantitatif yaitu berbentuk angka atau bilangan.
3. Riset gabungan/kombinasi adalah riset yang menggunakan data kualitatif dan kuantitatif.

Berdasarkan pendapat di atas maka dalam penelitian ini penulis menggunakan riset kuantitatif.

3.3. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel adalah atribut dari kelompok orang atau objek penelitian yang mempunyai hubungan variasi antara satu dengan yang lainnya dalam kelompok tersebut:

1. Variabel bebas

Yang menjadi variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah Total Quality Manajemen (TQM), dengan indikator : (1) Etika (2) Integritas (3) Kepercayaan (4) Pendidikan dan Pelatihan (5) Kerjasama tim (6) Kepemimpinan (7) Komunikasi (8) Penghargaan, Natha (dalam Channel, 2023),

2. Variabel Terikat

Yang menjadi variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah Kepuasan Nasabah, dengan indikator : (1) Sistem keluhan dan saran (2) Survey kepuasan pelanggan (3) Ghost Mystery Shopping (4) *Lost Customer Analysis*

3.4. Populasi dan sampel

3.4.1 Populasi

Setiap penelitian ilmiah, populasi sangat dibutuhkan untuk mendapatkan data-data yang akan dijadikan sebagai bahan pengkajian secara empiris. Pengertian populasi menurut (Sugiyono, 2018) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dengan demikian populasi juga dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas keseluruhan objek/subjek yang mempunyai karakteristik tertentu dan mempunyai kesempatan yang sama untuk ditentukan sebagai anggota sampel. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah beberapa pegawai PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias yang berjumlah 20 orang ditambah nasabah di PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias sebanyak 23 orang, sehingga total populasi sebanyak 43 orang.

3.4.2 Sampel

Sampel secara sederhana dapat diartikan sebagai bagian dari populasi yang menjadi sumber data yang sebenarnya dalam suatu penelitian, yang sifatnya mewakili populasi yang ada. Dalam menentukan sampel pada penelitian ini, penulis mengambil pedoman dari pendapat Arikunto (2010, hlm. 184). Menyatakan bahwa:

“Apabila popuasi penelitian kurang dari 100 maka sampel yang di ambil adalah s³¹uanya, namun apabila populasi penelitian berjumlah lebih dari 100 maka sampel dapat di ambil antara 10-15 % atau 20-25 % atau lebih”, tergantung setidaknya tidaknya dari:

- a. kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga dan dana
- b. sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek, karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya data.
- c. besar kecilnya risiko yang ditanggung oleh peneliti. Untuk peneliti yang risikonya besar, tentu saja jika sampelnya besar, hasilnya akan lebih baik”.

Penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh atau sensus, yang berarti seluruh anggota populasi, maka penulis mengambil sampel sebanyak 43 orang, dijadikan sampel.

25 3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.5.1. Data Penelitian

Data secara umum terbagi atas dua jenis yaitu jenis data primer dan data sekunder. Lebih spesifik Rintuh (1994; 25) mengemukakan bahwa data-data penelitian dapat dibedakan menurut sumbernya, yaitu:

- a. Data primer yakni data yang dikumpulkan oleh peneliti sendiri secara langsung dari obyek penelitian yang berupa angket yang didapatkan dari responden dan observasi di lokasi penelitian.
- b. Data sekunder yakni data yang dikumpulkan oleh sipeneliti tidak secara langsung atau menggunakan sumber lain untuk

memperolehnya berupa artikel, jurnal maupun referensi yang berkaitan dengan judul penelitian.

Berdasarkan hal tersebut di atas dan juga menyangkut tentang proses penelitian yang dilakukan oleh penulis maka jenis data yang digunakan adalah jenis data primer.

3.5.2. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendukung sebuah penelitian data-data yang akurat dan baik dalam bentuk data primer maupun data sekunder sangat dibutuhkan untuk menentukan keberhasilan dari penelitian tersebut. Dalam hal teknik pengambilan data penulis mengumpulkan data berdasarkan pendapat dari Arikunto (Arikunto, 2016) yang menyatakan bahwa.

”Metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Terdaftar sebagai metode-metode penelitian adalah: angket (kuesioner), wawancara (*interview*), pengamatan/observasi (*observation*), ujian (*test*) dokumentasi dan lain sebagainya”.

Berdasarkan pendapat diatas penulis mengambil beberapa dari metode pengambilan data dari pendapat tersebut yaitu.

a. Kuesioner.

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner secara personal. Teknik ini memberikan tanggung jawab kepada responden untuk membaca dan menjawab pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Peneliti dapat memberikan penjelasan mengenai tujuan *survey* dan pertanyaan yang kurang dipahami oleh responden serta tanggapan atas kuesioner dapat langsung dikumpulkan oleh peneliti setelah diisi oleh responden.

Kuesioner yang digunakan bersifat tertutup, yaitu mengajukan pertanyaan langsung kepada responden mengenai

variabel-variabel penelitian yang telah ditentukan sebelumnya. Skala yang dipakai dalam penyusunan kuesioner adalah skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2019). Dalam pengukurannya, setiap responden diminta pendapatnya mengenai suatu pernyataan, dengan skala penilaian dari 1 sampai dengan 4. Tanggapan positif (maksimal) diberi nilai paling besar (4) dan tanggapan negatif (minimal) diberi nilai paling kecil (1).

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisa data ini merupakan syarat mutlak bagi setiap penelitian yang berguna untuk menguji kebenaran yang telah dirumuskan sebelumnya. Untuk menganalisa data yang telah diperoleh melalui angket maka ditempuh langkah-langkah sebagai berikut.

3.6.1 Pengolahan Angket

“Angket merupakan pertanyaan yang diberikan peneliti kepada pihak responden atas masalah yang akan diteliti dan jawaban pada responden yang diberi nilai” (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan skala likert menurut Sugiyono (Sugiyono, 2019), yang mana skala ini berfungsi untuk mengetahui dan mengukur pendapat serta pandangan responden terhadap lokasi penelitian.

Dalam penggunaan skala ini terdiri atas beberapa kriteria yang mempunyai nilai yang berbeda, antara lain:

- a. Skor 4 pada kriteria “Sangat Setuju”.
- b. Skor 3 pada kriteria “Setuju”.
- c. Skor 2 pada kriteria “Tidak Setuju”.
- d. Skor 1 pada kriteria “Sangat Tidak Setuju”.

3.6.2 Uji Validitas Data

Untuk menentukan tingkat validitas sebuah item pertanyaan atau kuesioner, maka diberlakukan proses *corrected* item-total *correlation* dengan cara nilai setiap skor pada alternatif jawaban diproses terlebih dahulu diaplikasi *Microsoft Excel* setelah itu data yang didapatkan akan disubtitusikan pada program pengolah data statistik dengan aplikasi *IBM SPSS* versi 22. Jika sebuah item pertanyaan atau *instrument*/kuesioner memiliki nilai signifikansi dibawah 0,05 atau *sig.* < 0,05 berarti data yang diperoleh adalah valid dan jika korelasi skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor mempunyai tingkat signifikansi diatas 0,05 atau *sig.* > 0,05, maka data yang diperoleh adalah tidak valid (Ghozali, 2017)

3.6.3 Uji Reliabilitas Data

Menurut (Ghozali, 2017)) uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang mempunyai indikator dari variabel atau konstruk. Variabel dalam penelitian akan realibel apabila jawaban responden terhadap pernyataan menunjukkan nilai konsisten atau stabil yang terukur secara periodik.

Untuk mencari nilai reliabel, data yang sudah diproses terlebih dahulu diaplikasi *Microsoft Excel*, langkah selanjutnya adalah data yang didapatkan akan disubtitusikan pada program pengolah data statistik dengan aplikasi *IBM SPSS* versi 22. Dengan menggunakan analisis reliabilitas *Cronbach Alpha*.

Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2019), adapun ketentuan yang harus diketahui:

1. Apabila hasil $\alpha \leq 0.6$ (nilai alpha lebih kecil dari 0,6), maka hasil perhitungannya tidak konsisten/tidak reliabel.
2. Apabila hasil $\alpha \geq 0,6$ (nilai alpha lebih besar dari 0,6), maka hasil perhitungannya konsisten/reliabel.

3.6.4 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, dalam penelitian ini dilakukan pengujian asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan model regresi yang digunakan dalam penelitian, yaitu sebagai berikut:

3.6.5 Uji Normalitas Data

Menurut (Ghozali, 2017) Uji Normalitas Data merupakan pengujian yang dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

Uji ini diperlukan karena semua perhitungan *statisticparametric* memiliki asumsi normalitas sebaran. Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. jika nilai signifikansi (Sig) kurang dari ($<$) 0,05 maka dapat dikatakan distribusi data tidak normal.
2. jika nilai signifikansi (Sig) lebih dari ($>$) 0,05 maka distribusi data adalah normal.

Pendekatan atau rumus yang digunakan dalam mencari nilai uji normalitas data adalah *Kolmogorov-smirnov* dengan ketentuan jika nilai signifikansi (Sig) lebih dari ($>$) 0,05 maka distribusi data adalah normal. Uji ini akan diolah menggunakan aplikasi IBM SPSS versi 22.

3.6.6 Uji Autokorelasi

Menurut (Ghozali, 2017) Uji ini bertujuan untuk mengetahui dalam satu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Dalam suatu pengujian dikatakan baik ketika bebas dari unsur autokorelasi. Dalam pengujian ini peneliti menggunakan pengujian autokorelasi dengan *Runs Test*. Menurut Ghozali (2018:120) menerangkan bahwa *runs test* sebagai bagian dari statistik non-parametrik dapat pula digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* $< (0,05)$ maka terdapat autokorelasi.
2. Jika *Asymp. Sig. (2-tailed)* $> (0,05)$ maka tidak terdapat autokorelasi.

Untuk mengetahui apakah terjadi autokorelasi atau tidak maka peneliti melakukan pengujian dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS versi 22.

3.6.7 Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2017) uji heteroskedastisitas adalah suatu pengujian untuk mengetahui atau menguji apakah dalam model regresi ada atau terjadinya ketidaksamaan *Variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan. Dalam melakukan pengujian heteroskedastisitas peneliti menggunakan grafik *Scatterplot*. Uji heteroskedastisitas menggunakan grafik *scatterplot* antara nilai variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID), dimana sumbu X adalah prediksi dan sumbu Y adalah residual. Untuk melakukan uji heteroskedastisitas peneliti akan menggunakan IBM SPSS versi 22. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika pola tertentu titik-titik yang ada membentuk suatu pola teratur, seperti gelombang, melebar kemudian menyempit, maka terjadi gejala heteroskedastisitas.

3.6.8 Uji Koefisien Korelasi (R)

(Ghozali, 2017) Uji Koefisien Korelasi adalah uji untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel apabila kedua variabel berbentuk interval atau ratio. Jika angka koefisien korelasi menghasilkan nilai positif maka kedua variabel tersebut mempunyai hubungan yang searah atau disebut korelasi positif, maka variabel bebas mengalami kenaikan maka variabel terikat juga mengalami kenaikan. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS versi 22.

3.6.9 Uji Koefisien Determinan (R²)

Menurut Supangat (Sahid Raharjo, 2019), yang dimaksud dengan “koefisien determinan adalah bentuk persentase (%) yang menyatakan besar tingginya kekuatan”. Koefisien determinan digunakan untuk mengetahui persentase kontribusi variabel X terhadap Y. Maka pada penelitian ini koefisien determinan digunakan untuk mengukur derajat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Untuk mengetahui bentuk hubungan yang menyangkut variabel bebas (X) dengan Variabel tidak bebas (Y) maka peneliti akan mesubsitusikan data menggunakan aplikasi IBM SPSS versi 22.

3.6.10 Regresi Linear Sederhana

Menurut Supangat (Sahid Raharjo, 2019)) “regresi linear sederhana merupakan sebuah bentuk hubungan yang menyangkut variabel bebas (X) dengan Variabel tidak bebas (Y)”. Untuk mengetahui bentuk hubungan yang menyangkut variabel bebas (X) dengan Variabel tidak bebas (Y) maka peneliti akan mensubstitusikan data menggunakan aplikasi IBM SPSS versi 22.

Jika tingkat signifikansi sebesar berada ¹ dibawah 0,05, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel Pengaruh Total Quality Manajemen atau dengan kata lain ada pengaruh variabel Total Quality Manajemen (X) terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y) tetapi ¹ jika tingkat signifikansi berada diatas 0,05 maka model regresi tidak dapat dipakai untuk memprediksi variabel Pengaruh Total Quality Manajemen atau dengan kata lain tidak ada pengaruh variabel Total Quality Manajemen (X) terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y).

3.6.11 Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan suatu pengolahan data secara statistik yang mana pengujian ini bertujuan untuk mengetahui suatu keputusan mengenai asumsi-asumsi atau dapat berupa uji kebenaran mengenai fenomena yang terjadi.

Berdasarkan data didalam penelitian ini terdapat 2 variabel, maka peneliti hanya menggunakan uji t, sebagai berikut:

Uji t

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang disebabkan oleh variabel X (Pengaruh Total Quality Manajemen) atau variabel independen terhadap variabel Y (Kepuasan Nasabah) atau dependent. Adapun kriteria ³⁵ dari uji statistik t (Ghozali, 2016).

1. Jika nilai signifikansi uji $t > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi uji $t < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Untuk mencari nilai perhitungan di atas, maka data yang sudah diproses terlebih dahulu diaplikasi *Microsoft Excel*, langkah selanjutnya adalah data yang didapatkan akan disubstitusikan pada program pengolahan data statistik dengan aplikasi *IBM SPSS* versi 22.

2.7 Jadwal Penelitian

Waktu penelitian ini akan dilaksanakan oleh peneliti dengan waktu pengambilan data kurang lebih selama satu bulan. Tidak menutup kemungkinan apabila data yang diperoleh dirasa sudah cukup untuk diolah maka akan lebih cepat dan bila dirasa data belum cukup untuk diolah, maka peneliti akan memperpanjang waktu.

Tabel 3.1
Jadwal Penelitian

Kegiatan	Bulan (Tahun 2024)																			
	51 April				Mei				Juni				Juli				Agt			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	5
Kegiatan Proposal Skripsi	■	■	■	■																
Konsultasi Kepada Dosen Pembimbing					■	■	■	■	■	■	■									
Pendaftaran Seminar Proposal Skripsi											■									
Persiapan Seminar											■									
Seminar Proposal Skripsi											■	■								
Persiapan Penelitian											■									
Pengumpulan Data											■	■								
Penulisan Naskah Skripsi											■	■	■	■						
Konsultasi Kepada Dosen Pembimbing											■	■	■	■						
Tahap Ujian Skripsi											■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

3 BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Temuan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dilokasi penelitian berdasarkan topik dan lokasi yang telah ditetapkan, yaitu di PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias.

88 4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

PT. Taspen (Persero) memperluas jaringan layanan di Kepulauan Nias, Sumatera Utara, melalui pembukaan kantor cabang yang melayani lima wilayah yaitu Kota Gunungsitoli, Kabupaten Nias, Kabupaten Nias Selatan, Kabupaten Nias Utara dan Kabupaten Nias Barat. Pengoperasian Kantor Taspen Kantor Cabang Kepulauan Nias diresmikan Direktur Utama Taspen Iqbal Latanro dan Walikota Gunungsitoli Lakhomizaro Zebua yang disaksikan Bupati Nias Sokhiatulo Laoli, di Gunungsitoli, Rabu 18 Januari 2017. Selanjutnya acara peletakan batu pertama Kantor PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias, di desa Ononamolo 1 Lot, Kecamatan Gunungsitoli Selatan, Kota Gunungsitoli, Kamis (17/10/2019). Peletakan Batu pertama itu dilakukan oleh Walikota Gunungsitoli Ir. Lakhomizaro Zebua, Wakil Bupati Nias, Arosokhi Waruwu SH, MH, Direktur Sumber Daya Manusia Kepatuhan dan Teknologi Informasi PT. Taspen (Persero) Mohammad Jufri, Tokoh Masyarakat Benyamin Harefa, Wakil Bupati (Wabup) Nias, Kepala Kejaksaan Negeri Gunungsitoli, Mewakili Kapolres, Mewakil Dandim, Kepala Kantor Cabang PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias, Asisten Setda Kota Gunungsitoli, Kepala Perangkat Daerah, PWRI Kota Gunungsitoli, Kepala BRI Cabang Gunungsitoli, Mewakili Kepala Cabang BNI Gunungsitoli, dan hadirin lainnya. pembangunan kantor merupakan langkah terbaik untuk memudahkan masyarakat (ASN) Kota Gunungsitoli, bahkan masyarakat

Kepulauan Nias untuk pengurusan dokumen atau kelengkapan administrasi yang berkaitan dengan Tabungan Pensiunnya.

4.1.1.1 Gambar Lokasi Penelitian

Alamat : Jl. Pelabuhan Udara Binaka Km. 9
Ononamolo I Lot Kecamatan Gunungsitoli Selatan
Kota Gunungsitoli.

Kode Pos : 22851

Call Center : 0812-6210-0559

Call Center (WA) : 0813-6241-9564

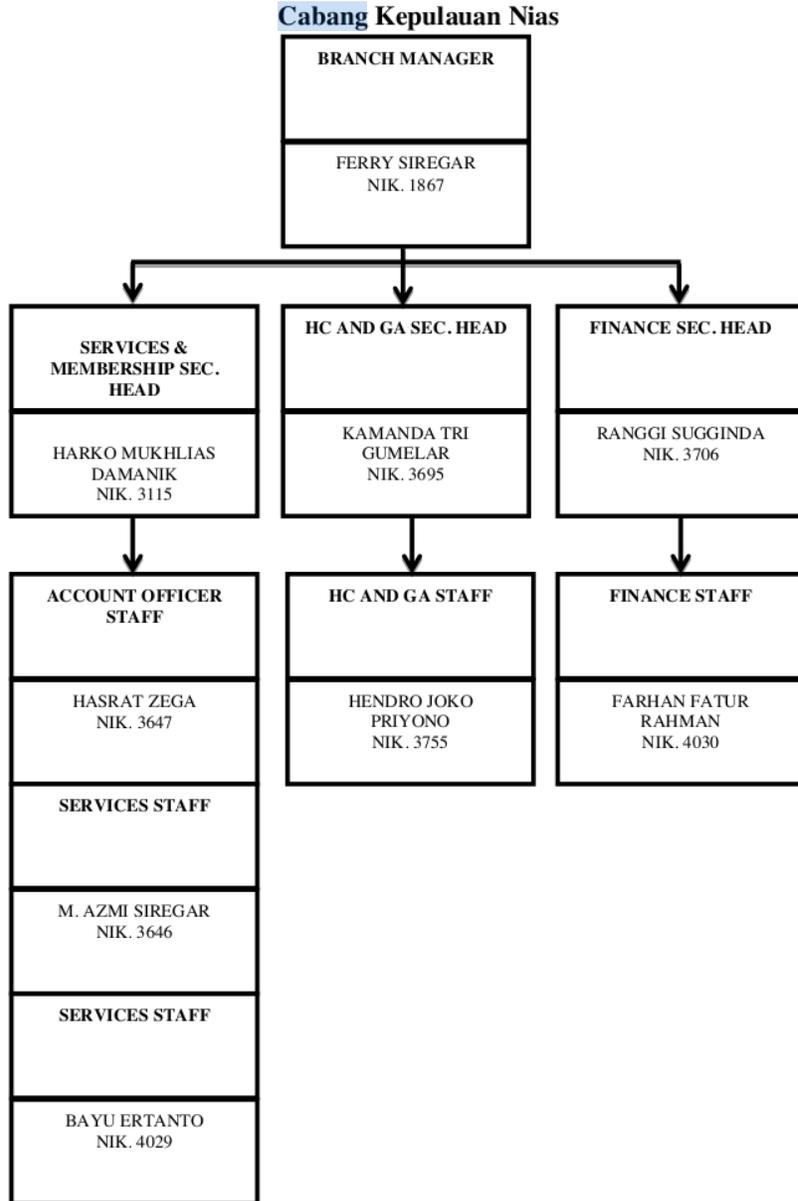
Gambar 4.1 Lokasi Peneletian



Sumber : Oleh Penulis, 2024

4.1.1.2 Struktur Organisasi PT Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias

Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT. Taspen (Persero) Kantor



Sumber : Penulis, 2024

4.1.1.3 Tugas Pokok dan Fungsi Pelayanan di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias

Visi dan Misi Pelayanan di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias sebagai berikut:

- a. Visi “Menjadi Perusahaan Asuransi Sosial dan Dana yang **Unggul, Terpercaya dan Berkelanjutan** demi meujudkan kesejahteraan Peserta untuk meningkatkan nilai ekonomi dan sosial Indonesia”.
- b. Misi “Memastikan terwujudnya **Layanan Terbaik dan Investasi yang Andal** serta **Kepemimpinan Inovasi Bisnis dan Transformasi Digital** dengan didukung oleh Sumber Daya Manusia yang **Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif dan Kolaboratif**.”

Adapun uraian tugas Pelayanan di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias sebagai berikut:

A. Branch Manager (Ferry Siregar)

1. Bertanggung jawab atas keseluruhan operasional dan kinerja kantor cabang.
2. Memimpin dan mengawasi seluruh kegiatan di kantor cabang, termasuk layanan pelanggan, keuangan, dan sumber daya manusia.
3. Mengambil keputusan strategis untuk mencapai target dan tujuan perusahaan

B. Services & Membership Sec. Head (Harco Muklias Damanik)

1. Memimpin divisi layanan dan kenggotaan
2. Mengaasi proses pelayanan kepada peserta, termasuk pendaftaran, pembayaran klaim, dan informasi program
3. Mengembangkan strategi untuk meningkatkan kepuasan peserta dan memperluas keanggotaan.

C. HC & GA Sec. Head (Kamanda Tri Gumelar)

1. Memimpin divisi sumber daya manusia (HC) dan urusan umum (GA).
2. Mengelola rekrutmen, pelatihan dan pengembangan karyawan.

3. Menangani administrasi kantor, pengadaan dan pemeliharaan fasilitas.

D. Finance Sec. Head (Rangga Suggenda)

1. Memimpin divisi keuangan.
2. Mengelola anggaran, pembukuan dan laporan keuangan kantor cabang.
3. Memastikan kepatuhan terhadap peraturan keuangan dan perpajakan.

E. Account Officer Staff (Hasrat Zega)

1. Melakukan tugas-tugas operasional di divisi layanan dan keanggotaan.
2. Membantu proses pelayanan peserta, seperti verifikasi data, perhitungan manfaat, dan penanganan keluhan.
3. Memberikan informasi yang akurat dan jelas kepada peserta.

F. HC & GA Staff (Hendro Joko Priyono)

1. Mendukung kegiatan divisi sumber daya manusia dan urusan umum.
2. Membantu proses administrasi karyawan, seperti penggajian, asuransi, dan cuti.
3. Mengurus logistik kantor, seperti pengadaan alat tulis, konsumsi dan perlengkapan lainnya.

G. Finance Staff (Farhan Fatur Rahman)

1. Melakukan tugas-tugas operasional di divisi keuangan.
2. Membantu proses pencatatan transaksi, pembayaran tagihan, dan rekonsiliasi bank
3. Menyiapkan laporan keuangan dan data pendukung untuk audit.

H. Services Staff (Azmi Legar & Bayu Ertanto)

1. Bertugas dibagian pelayanan untuk membantu kelancaran operasional.
2. Membantu Account Officer Staff dalam melayani peserta.

3. Memastikan pelayanan yang cepat, akurat, dan ramah kepada peserta.

4.1.2 Gambaran Umum Responden

Penelitian ini terlaksana dengan baik karena adanya dukungan dari lokasi penelitian, sehingga responden yang memberikan data dan informasi terkait “Pengaruh Total Quality Management Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias ”.

Responden dalam penelitian ini terdiri dari beberapa komposisi responden yaitu seluruh pegawai dan nasabah di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias. Selanjutnya, gambaran umum responden dibagi beberapa karakteristik yaitu: Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan Terakhir dan Jabatan

4.1.2.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan data penelitian yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner maka diperoleh data tentang jenis kelamin responden yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Perempuan	20	47%
Laki-laki	23	53%
Total	43	100%

Sumber: Diolah oleh peneliti 2024

4.1.2.2 Karakteristik Usia Responden

Berdasarkan data penelitian yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner maka diperoleh data tentang usia responden yaitu seluruh pegawai dan nasabah di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah Responden	Presentase
23-30	12	27%
31-37	18	42%
38-45	9	21%
46-55	4	10%
Total	43	100%

Sumber: Diolah oleh peneliti 2024

4.1.2.3 Karakteristik Pendidikan Responden

Berdasarkan data penelitian yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner maka diperoleh data tentang pendidikan responden yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden	Presentase
D3	8	19%
S1	22	51%
S2	13	30%
Total	43	100%

Sumber: Diolah oleh peneliti 2024.

4.1.2.4 Karakteristik Jabatan Responden

Berdasarkan data penelitian yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner maka diperoleh data tentang jabatan responden yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan

Jabatan	Jumlah Responden	Presentase
PNS	28	65%
P3K	15	35%
Total	43	100%

Sumber: Diolah oleh peneliti 2024

19

4.2

Analisis Hasil Penelitian

4.2.1

Verifikasi Data

Berdasarkan tahapan dalam pengolahan hasil penelitian yang diawali dengan verifikasi data yang telah diperoleh merupakan kegiatan yang dilakukan oleh peneliti untuk memastikan dan mengecek semua daftar pernyataan angket yang telah disiapkan. Kemudian, peneliti mengadakan analisis angket tersebut guna mengetahui apakah angket yang telah didarkan telah memenuhi syarat sesuai dengan prosedur yang telah ditentukan. Dari hasil verifikasi data, didapatkan bahwa angket yang telah didarkan kepada 43 orang responden telah dikembalikan secara utuh dalam keadaan dan kondisi baik, serta diisi sesuai dengan petunjuk pengisian yang diberikan. Untuk itu, hasil angket yang diterima peneliti dari responden selanjutnya diolah sebagai bahan analisa dalam penelitian ini.

4.2.2 Deskripsi Variabel penelitian

Dalam penelitian ini ada 2 (dua) variabel yaitu Total Quality Management (X) dan Kepuasan Nasabah (Y), sehingga dalam pendistribusian angket kepada responden sebanyak 46 orang berdasarkan pada variabel penelitian, seluruhnya terdiri dari 10 butir/soal variabel (X) dan variabel (Y) sebanyak 10 butir item soal, semua telah dijawab dengan lengkap oleh responden sesuai dengan petunjuk pengisian. Sebagaimana pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.6
Jawaban Responden Sesuai Dengan
Alternatif Jawaban Variabel X

No.Res	Item Pernyataan										Skor
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	
1	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	38
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
6	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	37
7	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	35
8	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	35
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
10	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	35
11	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	35
12	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	37
13	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
14	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	32

15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	38
18	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	35
19	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	35
20	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	33
21	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	37
22	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	35
23	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
24	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
25	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
26	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
27	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	35
28	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
29	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
31	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
33	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	35
34	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	33
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
36	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
38	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	37

39	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
40	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
41	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	32
42	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	33
43	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	35
JML	164	160	159	162	160	161	156	156	160	162	1600

Sumber: Angket diolah oleh Peneliti 2024

Pengolahan data tersebut diatas, peneliti membuat rekapitulasi jumlah responden sesuai dengan alternatif jawaban. Jika responden memilih alternatif SS = 4, alternatif S = 3, alternatif TS = 2 dan alternatif TST = 1, demikian juga dengan yang kedua sampai dengan responden yang ke empat puluh enam.

Rekapitulasi jawaban disesuaikan dengan jumlah setiap opsi yang dipilih setiap responden. Hasil dari rekapitulasi jawaban sesuai dengan alternatif jawaban sebagaimana terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.7
Jawaban Responden Sesuai Dengan
Alternatif Jawaban Variabel Y

No.Res	Item Pernyataan										Skor
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	
1	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	36
2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	38
4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
10	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	37
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
13	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	38
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
18	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	36
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
21	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

31	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	36
32	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	34
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	37
36	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	36
37	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	34
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
40	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	37
41	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
43	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
JML	165	167	168	165	167	168	168	167	167	166	1668

Sumber: Angket diolah oleh Peneliti 2024

Pengolahan data tersebut diatas, peneliti membuat rekapitulasi jumlah responden sesuai dengan alternatif jawaban. Jika responden memilih alternatif SS = 4, alternatif S = 3, alternatif TS = 2 dan alternatif TST = 1, demikian juga dengan yang kedua sampai dengan responden yang ke tiga puluh lima.

52
4.3

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah item pertanyaan atau kuesioner dikatakan sah atau valid apabila item pertanyaan atau kuesioner tersebut mampu menunjukkan kecenderungan nilai kebenaran. Berikut merupakan hasil uji validitas dengan SPSS 22.

Tabel : 4.8

49

Hasil Uji Validitas Variabel X

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	TOTAL
X1	Pearson Correlation	1	,102	,076	,161	.635**	-,006	-,121	,003	,102	,161	.357*
	Sig. (2-tailed)		,514	,630	,302	,000	,968	,440	,985	,514	,302	,019
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X2	Pearson Correlation	,102	1	.381*	,271	,191	,111	,165	.379*	.422**	,271	.602**
	Sig. (2-tailed)	,514		,012	,079	,220	,480	,291	,012	,005	,079	,000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X3	Pearson Correlation	,076	.381*	1	.477**	,155	,194	.541**	,227	,155	.477**	.675**
	Sig. (2-tailed)	,630	,012		,001	,321	,212	,000	,144	,321	,001	,000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X4	Pearson Correlation	,161	,271	.477**	1	.394**	.687**	,146	,032	-,097	1.000**	.720**
	Sig. (2-tailed)	,302	,079	,001		,009	,000	,351	,840	,536	0,000	,000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X5	Pearson Correlation	.635**	,191	,155	.394**	1	,229	,165	,057	,075	.394**	.581**
	Sig. (2-tailed)	,000	,220	,321	,009		,139	,291	,715	,631	,009	,000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X6	Pearson Correlation	-,006	,111	,194	.687**	,229	1	-,010	,100	-,008	.687**	.528**
	Sig. (2-tailed)	,968	,480	,212	,000	,139		,948	,523	,958	,000	,000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X7	Pearson Correlation	-,121	,165	.541**	,146	,165	-,010	1	,104	,272	,146	.458**
	Sig. (2-tailed)	,440	,291	,000	,351	,291	,948		,506	,078	,351	,002
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X8	Pearson Correlation	,003	.379*	,227	,032	,057	,100	,104	1	.486**	,032	.458**
	Sig. (2-tailed)	,985	,012	,144	,840	,715	,523	,506		,001	,840	,002
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X9	Pearson Correlation	,102	.422**	,155	-,097	,075	-,008	,272	.486**	1	-,097	.433**
	Sig. (2-tailed)	,514	,005	,321	,536	,631	,958	,078	,001		,536	,004
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43

X10	Pearson Correlation	,161	,271	.477**	1.000**	.394**	.687**	,146	,032	-,097	1	.720**
	Sig. (2-tailed)	,302	,079	,001	0,000	,009	,000	,351	,840	,536		,000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
TOTAL	Pearson Correlation	.357*	.602**	.675**	.720**	.581**	.528**	.458**	.458**	.433**	.720**	1
	Sig. (2-tailed)	,019	,000	,000	,000	,000	,000	,002	,002	,004	,000	
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Data diolah oleh peneliti dengan SPSS 22.

Untuk menentukan tingkat validitas sebuah item pertanyaan atau kuesioner, maka diberlakukan proses *corrected* item-total *correlation* dengan cara nilai setiap skor pada alternatif jawaban diproses terlebih dahulu diaplikasi *Microsoft Excel* setelah itu data yang didapatkan akan disubstitusikan pada program pengolah data statistik dengan aplikasi IBM SPSS versi 22. Jika sebuah item pertanyaan atau *instrument*/kuesioner memiliki nilai signifikansi dibawah 0,05 atau *sig.* < 0,05 berarti data yang diperoleh adalah valid dan jika korelasi skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor mempunyai tingkat signifikansi diatas 0,05 atau *sig.* >0,05, maka data yang diperoleh adalah tidak valid.

Tab 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel Y

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	,055	1.000**	-,209	,097	,533**	,428**	-,228	-,038	,258	,493**
	Sig. (2-tailed)		,724	0,000	,178	,536	,000	,004	,142	,811	,094	,001
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y2	Pearson Correlation	,055	1	,055	,260	,322*	-,003	-,097	,230	,322*	-,123	,393**
	Sig. (2-tailed)	,724		,724	,093	,035	,986	,536	,137	,035	,433	,009
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y3	Pearson Correlation	1.000**	,055	1	-,209	,097	,533**	,428**	-,228	-,038	,258	,493**
	Sig. (2-tailed)	0,000	,724		,178	,536	,000	,004	,142	,811	,094	,001
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y4	Pearson Correlation	-,209	,260	-,209	1	,492**	,017	-,050	,952**	,389**	,227	,612**
	Sig. (2-tailed)	,178	,093	,178		,001	,914	,751	,000	,010	,144	,000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y5	Pearson Correlation	,097	,322*	,097	,492**	1	,083	,232	,453**	,259	,191	,647**
	Sig. (2-tailed)	,536	,035	,536	,001		,597	,135	,002	,094	,220	,000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y6	Pearson Correlation	,533**	-,003	,533**	,017	,083	1	,381*	-,014	-,241	,008	,414**
	Sig. (2-tailed)	,000	,986	,000	,914	,597		,012	,927	,119	,961	,006
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y7	Pearson Correlation	,428**	-,097	,428**	-,050	,232	,381*	1	-,079	,010	,268	,466**
	Sig. (2-tailed)	,004	,536	,004	,751	,135	,012		,615	,948	,083	,002
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y8	Pearson Correlation	-,228	,230	-,228	,952**	,453**	-,014	-,079	1	,453**	,296	,608**
	Sig. (2-tailed)	,142	,137	,142	,000	,002	,927	,615		,002	,054	,000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y9	Pearson Correlation	-,038	,322*	-,038	,389**	,259	-,241	,010	,453**	1	,299	,496**
	Sig. (2-tailed)	,811	,035	,811	,010	,094	,119	,948	,002		,051	,001
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y10	Pearson Correlation	,258	-,123	,258	,227	,191	,008	,268	,296	,299	1	,525**
	Sig. (2-tailed)	,094	,433	,094	,144	,220	,961	,083	,054	,051		,000

	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
TOTAL	Pearson Correlation	.493**	.393**	.493**	.612**	.647**	.414**	.466**	.608**	.496**	.525**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,009	,001	,000	,000	,006	,002	,000	,001	,000	
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Data diolah oleh peneliti dengan SPSS 22.

Untuk menentukan tingkat validitas sebuah item pertanyaan atau kuesioner, maka diberlakukan proses *corrected* item-total *correlation* dengan cara nilai setiap skor pada alternatif jawaban diproses terlebih dahulu diaplikasi *Microsoft Excel* setelah itu data yang didapatkan akan disubstitusikan pada program pengolah data statistik dengan aplikasi *IBM SPSS* versi 22. Jika sebuah item pertanyaan atau *instrument*/kuesioner memiliki nilai signifikansi dibawah 0,05 atau *sig.* < 0,05 berarti data yang diperoleh adalah valid dan jika korelasi skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor mempunyai tingkat signifikansi diatas 0,05 atau *sig.* >0,05, maka data yang diperoleh adalah tidak valid.

Berdasarkan table 4.12 menunjukan bahwa seluruh instrumen penelitian atau seluruh butir pernyataan variabel Y memiliki validitas yang memenuhi nilai *Sig.*<0,05 maka seluruh pernyataan variabel Y dinyatakan valid.

81
4.4

Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang mempunyai indikator dari variabel atau konstruk. Variabel dalam penelitian akan reliabel apabila jawaban responden terhadap pernyataan menunjukkan nilai konsisten atau stabil yang terukur secara periodik. Setelah diketahui nilai valid atau keabsahannya, selanjutnya akan diberlakukan pengujian secara reliabel tentunya hal ini dibutuhkan untuk

mengetahui seberapa besar kekonsistenan instrumen dalam penelitian. Suatu instrumen dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* diatas nilai 0,6. Berikut merupakan hasil uji reliabilitas melalui uji *Cronbach Alpha*.

22

Tabel 4.10

Hasil Uji Reabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.841	10

Sumber : Diolah oleh peneliti dengan SPSS 22.

4

Berdasarkan tabel diatas, bahwa hasil dari *Cronbach's Alpha* dari variabel X (Total Quality Management) adalah sebesar 0,841 maka variabel X dinyatakan reliabel dikarenakan nilai *Alpha* lebih besar dari 0,6.

29

Tabel 4.11

Hasil Uji Reabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.714	10

Sumber : Diolah oleh peneliti dengan SPSS 22.

4

Berdasarkan tabel diatas, bahwa hasil dari *Cronbach's Alpha* dari variabel X (Total Quality Management) adalah sebesar 0,714 maka variabel Y dinyatakan reliabel dikarenakan nilai *Alpha* lebih besar dari 0,6.

8

4.5 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini dilakukan untuk mengetahui kondisi data yang ada dalam penelitian ini dan menentukan model analisis yang paling tepat digunakan, uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

4.5.1 Uji Normalitas Data

Untuk mengetahui atau memastikan apakah variabel pada penelitian ini saling berdistribusi normal, maka dilakukan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan melihat residual pada skor atau total akumulasi alternatif jawaban. Hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* pada penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		43
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.18442612
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.082
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
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.

Sumber: Diolah oleh peneliti dengan SPSS 22.

Berdasarkan tabel diatas hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* pada penelitian ini menunjukan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 yang mana dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini

berdistribusi normal dimana asumsi dan persyaratan normalitas dalam model regresi terpenuhi.

4.5.2 Uji autokorelasi

Uji ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidak suatu nilai kesalahan pengganggu pada periode t korelasi yang telah didapat. Dengan korelasi kesalahan pengganggu periode t-1 (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah yang terbebas dari autokorelasi. Berikut merupakan hasil uji autokorelasi dengan metode *Runs Test*:

Tabel 4.13

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-.24286
Cases < Test Value	20
Cases >= Test Value	23
Total Cases	43
Number of Runs	20
Z	-.588
Asymp. Sig. (2-tailed)	.557

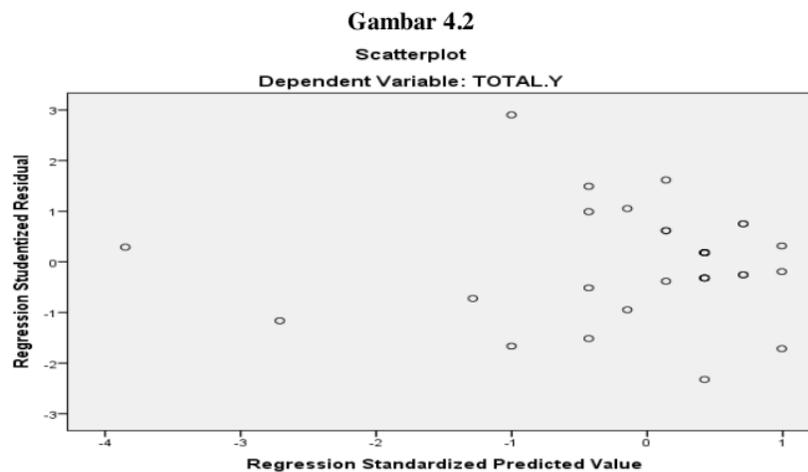
a. Median

Sumber: Diolah oleh peneliti dengan SPSS 22.

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig sebesar ,557. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala autokorelasi, karena nilai signifikansi >0,05.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui atau menguji apakah dalam model regresi ada atau terjadinya ketidaksamaan *Variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap berarti terjadi heteroskedastisitas. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas dengan grafik *Scatterplot*.



Sumber: Data diolah oleh peneliti dengan SPSS 22.

4 Pada gambar diatas dapat diamati bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y tanpa membentuk pola-pola teratur. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.6 Uji Koefisien Korelasi (R)

Uji Koefisien Korelasi adalah uji untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel apabila kedua variabel berbentuk interval atau ratio. Pengujian ini dilakukan dengan IBM SPSS versi 22.

Tabel 4.14

		TQM	KN
TQM	Pearson Correlation	1	.343**
	Sig. (2-tailed)		.024
	N	43	43
KN	Pearson Correlation	.343**	1
	Sig. (2-tailed)	.024	
	N	43	43

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Diolah oleh peneliti dengan SPSS 22.

Berdasarkan tabel 4.14 menunjukkan bahwa angka koefisien corelasi menghasilkan nilai positif, maka kedua variabel tersebut mempunyai hubungan yang searah atau disebut korelasi positif.

4.7 Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinan adalah bentuk persentase (%) yang menyatakan besar tingginya kekuatan. Koefisien determinan digunakan untuk mengetahui persentase kontribusi variabel X terhadap Y. Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi dengan SPSS 22.

Tabel 4.15

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.843 ^a	.721	.719	2.211

a. Predictors: (Constant), TQM

Sumber: Diolah oleh peneliti dengan SPSS 22.

Berdasarkan tabel diatas, nilai *R Square* menunjukkan nilai sebesar 0,721. Hal ini berarti nilai determinasi apabila dipersenkan berada pada nilai 72% yang merupakan nilai variabel Total Quality

Management yang dapat dijelaskan. Sedangkan sisanya sebesar 28% tidak dapat dijelaskan atau tidak termasuk dalam pembahasan ini.

4.8 Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana merupakan sebuah bentuk hubungan yang menyangkut variabel bebas (X) dengan Variabel tidak bebas (Y)". Berikut adalah hasil uji regresi linear sederhana dengan SPSS 22.

54
Tabel 4.16

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26.751	1	26.751	5.473	.024 ^b
	Residual	200.412	41	4.888		
	Total	227.163	42			

a. Dependent Variable: KN

b. Predictors: (Constant), TQM

Sumber: Diolah oleh peneliti dengan SPSS 22.

78
Berdasarkan tabel 4.16 diatas, dapat diketahui bahwa nilai F hitung = 5.473 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,024 < 0,05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel *Total Quality Management* atau dengan kata lain ada pengaruh variabel Total Quality Management (X) terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y).

9 4.9 Pengujian Hipotesis

4.9.1 Uji t

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang disebabkan oleh variabel X (Total Quality Management) atau variabel independen terhadap variabel Y (Kepuasan Nasabah) atau dependent. Dengan ketentuan berikut menurut (Ghozali 2016):

1. Jika nilai signifikansi uji $t > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi uji $t < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan demikian pengujian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS 22 berikut:

Tabel 4.17

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	49.095	5.122		9.586	.000
	TQM	-.321	.137	-.343	-2.339	.024

a. Dependent Variable: KN

Sumber: Diolah oleh peneliti dengan SPSS 22.

Dengan berpedoman pada ketentuan nilai $sig < 0,05$ maka diperoleh nilai $Sig.$ sebesar $0,024$. Sehingga dengan nilai ini dapat dikatakan variabel *Total Quality Management* (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y) atau nilai $Sig. 0,024 < 0,05$ maka H_0 ditolak, H_a diterima. Maka variabel X memiliki (ada) pengaruh terhadap variabel Y.

4.10 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil dari analisis penelitian yang dilaksanakan di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Niasi terkait pengaruh Total Quality Management Terhadap Kepuasan Nasabah dapat dikemukakan bahwa Total Quality Management didefinisikan sebagai suatu pendekatan untuk menjalankan bisnis yang berusaha untuk memaksimalkan persaingan sebuah organisasi melalui perbaikan yang terus-menerus atas mutu produk, jasa, orang, proses dan lingkungannya.

Tujuan utama dari menerapkan Total Quality Management (TQM) adalah untuk mencapai keunggulan dalam hal kualitas produk atau layanan yang disediakan kepada pelanggan.

Kepuasan nasabah adalah ukuran seberapa baik produk atau layanan suatu perusahaan memenuhi harapan dan kebutuhan nasabah, ini tidak hanya mencakup kualitas produk atau layanan itu sendiri, tetapi juga pengalaman nasabah dalam berinteraksi dengan perusahaan, mulai dari proses pembelian hingga layanan purna jual. Menurut Kotler dan Keller (dalam Cahyaningrum, 2020), Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, nasabah akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, nasabah akan puas. Selain itu, apabila kinerja melebihi ekspektasi, nasabah akan sangat puas dan senang.

Berdasarkan hasil pengujian melalui aplikasi SPSS versi 22 dapat diketahui sebagai berikut:

1. Hasil perhitungan Uji Validitas butir item angket variabel X (Total Quality Management) dan Variabel Y (Kepuasan nasabah) memiliki nilai $Sig. < 0,05$ sehingga dinyatakan valid. Hasil ini didukung oleh teori (Ghozali, 2017), yang menyatakan bahwa. Jika nilai signifikan kurang dari ($<$) 0,05 maka item disebut valid, apabila nilai signifikan lebih dari ($>$) 0,05 maka item disebut tidak valid.
2. Hasil perhitungan Uji Reabilitas *Cronbach's Alpha* dari variabel *Total Quality Management* adalah sebesar 0,841 dan Kinerja Pegawai sebesar 0,714. Oleh karena itu, uji reliabilitas dari kedua variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* diatas nilai 0,6. Hasil ini didukung oleh teori (Sugiyono, 2019), yang menyatakan bahwa. Apabila hasil $\alpha \leq 0,6$ (nilai alpha lebih kecil dari 0,6), maka hasil perhitungannya tidak konsisten/tidak reliabel. Dan Apabila hasil $\alpha \geq 0,6$ (nilai alpha lebih besar dari 0,6), maka hasil perhitungannya konsisten/reliabel.

3. Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov* pada penelitian ini menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 yang mana dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal dimana asumsi dan persyaratan normalitas dalam model regresi terpenuhi. Hasil ini didukung oleh teori (Ghozali, 2017), yang menyatakan bahwa, jika nilai signifikansi (*Sig*) kurang dari ($<$) 0,05 maka dapat dikatakan distribusi data tidak normal. Dan, jika nilai signifikansi (*Sig*) lebih dari ($>$) 0,05 maka distribusi data adalah normal.
4. Perhitungan Uji Autokorelasi digunakan untuk melihat apakah ada atau tidak suatu nilai kesalahan pengganggu pada periode t korelasi yang telah didapat dengan korelasi kesalahan pengganggu periode $t-1$ (sebelumnya). Dengan hasil pengujian menggunakan *Runs Test* menunjukkan bahwa nilai *Sig* sebesar $0,557 > 0,05$ maka tidak terjadi gejala autokorelasi berdasarkan ketentuan yang ada. Hasil ini didukung oleh teori (Ghozali, 2018:120) yang menyatakan bahwa, Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* $< (0,05)$ maka terdapat autokorelasi dan. Jika *Asymp. Sig. (2-tailed)* $> (0,05)$ maka tidak terdapat autokorelasi.
5. Hasil Uji heteroskedastisitas dengan grafik scatterplot dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu *Y* tanpa membentuk pola-pola teratur. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil ini didukung oleh teori (Ghozali, 2017) yang menyatakan bahwa Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu *Y* maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Dan Jika pola tertentu titik-titik yang ada membentuk suatu pola teratur, seperti gelombang, melebar kemudian menyempit, maka terjadi gejala heteroskedastisitas.
6. Hasil uji koefisien determinasi nilai *R Square* menunjukkan nilai sebesar 0,721. Hal ini berarti nilai determinasi apabila dipersenkan

berada pada nilai 72% yang merupakan nilai Variabel *Total Quality Management* yang dapat dijelaskan. Sedangkan sisanya sebesar 28% tidak dapat dijelaskan atau tidak termasuk dalam pembahasan ini. Hasil ini didukung oleh teori (Sahid Raharjo, 2019), yang menyatakan bahwa. “koefisien determinan adalah bentuk persentase (%) yang menyatakan besar tingginya kekuatan”. Koefisien determinan digunakan untuk mengetahui persentase kontribusi variabel X terhadap Y. Maka pada penelitian ini koefisien determinan digunakan untuk mengukur derajat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

7. Selanjutnya hipotesis uji t pada ketentuan maka nilai $sig < 0,05$. Berdasarkan pengolahan data maka diketahui bahwa nilai signifikansi Variabel *Total Quality Management* terhadap variabel terikat Y adalah 0,024 maka dengan nilai ini dapat dikatakan variabel *Total Quality Management* (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y) atau $0,024 < 0,05$. Maka H_0 ditolak, H_a diterima. Maka variabel X memiliki (ada) pengaruh terhadap variabel Y. Hasil ini didukung oleh teori (Gonzali 2016), yang menyatakan bahwa Uji hipotesis merupakan suatu pengolahan data secara statistik yang mana pengujian ini bertujuan untuk mengetahui suatu keputusan mengenai asumsi-asumsi atau dapat berupa uji kebenaran mengenai fenomena yang terjadi.
8. Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan bahwa nilai F hitung = 5.743 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,024 < 0,05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel *Total Quality Management* atau dengan kata lain ada pengaruh variabel *Total Quality Management* (X) terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y). Hasil ini didukung oleh (Sahid Raharjo, 2019), yang menyatakan bahwa Jika tingkat signifikansi sebesar berada dibawah 0,05, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel Pengaruh Total Quality Manajemen atau dengan kata lain ada pengaruh variabel Total Quality Manajemen (X) terhadap variabel Kepuasan Nasabah

(Y) tetapi jika tingkat signifikansi berada diatas 0,05 maka model regresi tidak dapat dipakai untuk memprediksi variabel Pengaruh Total Quality Manajemen atau dengan kata lain tidak ada pengaruh variabel Total Quality Manajemen (X) terhadap variabel Kepuasan nasabah (Y)

9. Sehingga hipotesis uji t variabel $X \rightarrow Y$ yang diolah dalam penelitian ini H_a diterima dan H_0 ditolak artinya ada pengaruh yang signifikan variabel X terhadap variabel Y. Hasil ini didukung oleh (Gonzali 2016) yang menyatakan bahwa. Jika nilai signifikansi uji $t > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen, dan Jika nilai signifikansi uji $t < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen.

Berdasarkan hasil pengujian diatas, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa ada pengaruh *Total Quality Management* (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) dan *Total Quality Management* (X) memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Nasabah 72%. Hal ini dikuatkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Chrisyen N. Monimbar (2013) yang berjudul Pengaruh *Total Quality Management* Terhadap Kinerja pelayanan dan kepuasan konsumen pada PT. Taspen Manado dengan jenis penelitian deskriptif-kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel X (*Total Quality Management*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen Manado sebesar 67%.

KASIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias. terkait Pengaruh *Total Quality Management* terhadap kepuasan nasabah, peneliti dapat memberikan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang disebabkan oleh variabel X (*Total Quality Management*) atau variabel independen terhadap variabel Y (Kepuasan Nasabah) atau dependent. Maka Berdasarkan pengolahan data diketahui bahwa nilai signifikansi Variabel *Total Quality Management* terhadap variabel terikat Y adalah 0,024 maka dengan nilai ini dapat dikatakan variabel *Total Quality Management* (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y) atau $0,024 < 0,05$. Maka H_0 ditolak, H_a diterima. Maka variabel X memiliki (ada) pengaruh terhadap variabel Y
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa besar Pengaruh *Total Quality Management* Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias memiliki nilai sebesar 72% Sedangkan sisanya sebesar 28% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.1 **Saran**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti juga memberikan saran sebagai berikut:

1. Di sarankan di PT.Taspen Kantor Cabang Kepulauan Nias harus lebih meningkatkan penerapan *Total Quality Management* terhadap Kepuasan Nasabah. Hal ini dapat dilakukan dengan mengedepankan standar kualitas yang tinggi dalam setiap aspek layanan, mulai dari kecepatan, ketepatan, hingga keramahan pelayanan kepada nasabah. Selain itu, perlu adanya peningkatan dalam evaluasi internal secara berkala untuk memastikan setiap proses operasional berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip TQM, seperti fokus pada perbaikan berkelanjutan, pengelolaan yang berpusat pada nasabah, serta keterlibatan aktif seluruh karyawan dalam mencapai tujuan kualitas yang lebih baik. Dengan demikian, PT. Taspen akan mampu memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dan konsisten, sehingga meningkatkan loyalitas serta kepercayaan nasabah.
2. Di sarankan Untuk meningkatkan kepercayaan dan loyalitas nasabah, PT. Taspen Kantor Cabang Kepulauan Nias disarankan untuk terus berupaya mempertahankan serta memperkuat hubungan baik dengan nasabah. Perusahaan dapat melakukannya dengan memberikan pelayanan yang responsif, ramah, dan personal, serta memastikan adanya komunikasi yang efektif dan transparan terkait berbagai layanan dan produk yang ditawarkan. Selain itu, penting untuk secara rutin mengadakan survei kepuasan nasabah dan forum umpan balik, agar perusahaan dapat memahami kebutuhan dan ekspektasi nasabah secara lebih baik. Melalui pendekatan ini, PT. Taspen tidak hanya akan mempertahankan hubungan yang baik dengan nasabah, tetapi juga menciptakan pengalaman yang lebih berkesan dan mendalam, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kepuasan dan loyalitas nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, A. P., & Rachmawati, T. (2023). Pengaruh Good Corporate Governance, Total Quality Management, dan Sistem Informasi Akuntansi Manajemen Pada Kinerja Manajerial. *Economic and Business Management International*, 5(3), 2715–3681.
- Arikunto, S. (2016). Proses Penelitian Suatu Pendekatan. *Cet. XIII*.
- Cahyaningrum, R. S. R. (2020). *TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PENGGUNA LAYANAN GO-JEK INDONESIA PADA KATEGORI GO-FOOD (Studi Pada Pengguna Layanan Go-Food di Kota Malang)* RR Sari Ramadhani Cahyaningrum Fakultas Ekonomi dan Bisnis , Universitas Brawijaya Dosen Pembimbing : Dr . Fatc.
- Channel, E. (2023). *Total Quality Management*. Edu Channel Indonesia. <https://www.educhannel.id/artikel/Ekonomi-dan-Keuangan/total-quality-management.html>
- Eswika, N., & Istiantin. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Pt. Ramayana Motor Sukoharjo. *Paradigma : Jurnal Ekonomi*, 13(01), 1–12.
- Ghozali. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS versi 21*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25 (9th ed)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hardika, A. L., Gumilar, I., Putra, S., Widyatama, U., & Widyatama, U. (2016). *Pengaruh strategi keunggulan bersaing, tqm terhadap kinerja perusahaan dengan karakteristik informasi akuntansi manajemen sebagai variabel moderasi*. 470–480.
- Jasa, P. K., Dan, K., Nasabah, K., Loyalitas, T., Pt, N., Di, P., Pt, L., & Di, P. (2022). *Jumlah Nasabah (Juta)*. 10(4), 565–576.
- Riadi, M. (2017). *Pengertian, Karakteristik, Metode dan Manfaat Total Quality Manajemen (TQM)*. Kajian Pustaka. <https://www.kajianpustaka.com/2017/11/pengertian-karakteristik-metode-manfaat-total-quality-management.html>
- Sahid Raharjo. (2019). *Makna Koefisien Determinasi (R Square) dalam Analisis Regresi Linear Berganda - SPSS Indonesia*. spss Indonesia.com.

- Sibay, Y. F., & Amin, M. M. (2022). Analisis Penerapan Total Quality Management untuk Meningkatkan Kinerja Manajerial. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3), 453–470. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.x435>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif. *Penerbit CV. Alfabeta: Bandung*.
- Sugiyono, S. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta. *Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research and Treatment. New York: Plenum Press, Yudistira P, Chandra*.
- Suliyanto. (2018). *Metode penelitian bisnis : untuk skripsi, tesis, & disertasi*.
- Thabaroni, G. (2022). *Total Quality Management_ Pengertian, Prinsip, Implementasi, Contoh, dsb*. serupa.id. <https://serupa.id/total-quality-management-pengertian-prinsip-implementasi-contoh-dsb/#:~:text=Prinsip Total Quality Management 1 Kepuasan Pelanggan Memberikan,unik. 3 Manajemen Berdasarkan Fakta 4 Perbaikan Berkesinambungan>
- Valentino, C., Suriawinata, I. S., & Pranitasari, D. (2021). Analisis Efektivitas Total Quality Management (TQM) terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Bank Central Asia. *Jurnal Msnajemen STEI*, 04(01), 63–74.
- Yesenia, Y., & Siregar, E. H. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk terhadap Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan KFC di Tangerang Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 5(3), 183. <https://doi.org/10.29244/jmo.v5i3.12166>

LAMPIRAN

KUESIONER

DATA RESPONDEN

JenisKelamin :

Usia :

Pendidikanterakhir :

Jabatan :

Petunjuk:

Berikan tanda checklist (√) pada salah satu alternative jawaban yang sesuai dengan pendapat Bapak / Ibu

Kategori jawaban :

SS = Sangat Setuju S = Setuju TS = Tidak Setuju STS =Sangat Tidak Setuju

Variabel X (Total Quality Manajemen)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
1	Pegawai PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias menunjukkan Etika yang sangat baik				
2	Pegawai PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias mengerti kebutuhan nasabah dan memberikan pelayanan yang bersahabat				

3	Pegawai PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias Tidak menerima atau memberikan suap, hadiah yang melanggar kebijakan perusahaan				
4	Pegawai PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias sangat menjaga kerahasiaan informasi serta data perusahaan dan nasabah				
5	Pimpinan di PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias memberikan keputusan yang baik dan adil serta tidak memihak				
6	Materi yang disampaikan pegawai PT. Taspen dalam pelatihan mudah dipahami				
7	Sesama anggota tim harus selalu siap menerima pendapat dan saran serta menyampaikan ketidaksetujuan pendapat dengan bahasa yang santun agar tercipta suasana kerja yang kondusif				
8	Pegawai PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias selalu memberikan informasi yang jelas mengenai layanan dan manfaat yang diberikan				
9	Penghargaan atau pengakuan sangat memotivasi Pegawai PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias untuk bekerja dengan lebih baik				
10	Pendidikan dan pelatihan adalah kunci perbaikan bagi bisnis perusahaan				

Kategori jawaban :

SS = SangatSetuju² S = Setuju TS = TidakSetuju STS =Sangat Tidak Setuju

Variabel Y (KepuasanNasabah)

16 NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
1.	Proses pengajuan keluhan dan saran di PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias cukup jelas & memuaskan				
2.	Nasabah merasa puas dengan solusi yang diberikan oleh Pegawai PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias				
3.	Pegawai PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias menanggapi keluhan dan saran dengan cepat				
4.	Pelayanan yang diberikan oleh Pegawai PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias sangat memuaskan				
5.	Informasi yang diberikan oleh PT.Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias mengenai produk dan layanan sangat jelas dan mudah dipahami				
6.	PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias menyediakan fasilitas pelayanan yang lengkap dan nyaman				
7.	Pegawai PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Kepulauan Nias dapat menjaga dan menjalin komunikasi yang baik dengan nasabah				
8.	Kualitas produk / layanan yang diberikan pegawai PT. Taspen sesuai dengan harapan				
9.	Nasabah akan merekomendasikan perusahaan kepada kerabat dan teman terdekat				
10.	Produk /layanan yang diberikan oleh PT. Taspen memberikan nilai yang sepadan dengan harganya				

PENGARUH TOTAL QUALITY MANAGEMENT TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI PT TASPEN (PERSERO) KANTOR CABANG KEPULAUAN NIAS

ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	j-innovative.org Internet	505 words — 2%
2	123dok.com Internet	179 words — 1%
3	text-id.123dok.com Internet	165 words — 1%
4	jurnal.stiealwashliyahsibolga.ac.id Internet	161 words — 1%
5	repository.ut.ac.id Internet	159 words — 1%
6	repository.unpas.ac.id Internet	98 words — < 1%
7	www.ejournal.stiepembnas.ac.id Internet	97 words — < 1%
8	repositori.usu.ac.id Internet	87 words — < 1%
9	repository.ub.ac.id Internet	86 words — < 1%

10	digilib.unimed.ac.id Internet	84 words — < 1%
11	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet	84 words — < 1%
12	journal.ubpkarawang.ac.id Internet	65 words — < 1%
13	repository.uinfasbengkulu.ac.id Internet	62 words — < 1%
14	repository.umsu.ac.id Internet	58 words — < 1%
15	e-journal.uajy.ac.id Internet	57 words — < 1%
16	repository.uin-suska.ac.id Internet	55 words — < 1%
17	docplayer.info Internet	41 words — < 1%
18	repository.unhas.ac.id Internet	40 words — < 1%
19	repo.itsm.ac.id Internet	38 words — < 1%
20	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet	37 words — < 1%
21	id.123dok.com Internet	36 words — < 1%

22	repository.uiad.ac.id Internet	34 words — < 1%
23	repository.maranatha.edu Internet	33 words — < 1%
24	investor.id Internet	30 words — < 1%
25	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet	29 words — < 1%
26	www.coursehero.com Internet	29 words — < 1%
27	repository.its.ac.id Internet	28 words — < 1%
28	repository.mercubuana.ac.id Internet	28 words — < 1%
29	repository.uinjkt.ac.id Internet	27 words — < 1%
30	silapakprestasi-dpmpptsp.purwakartakab.go.id Internet	27 words — < 1%
31	eprints.unm.ac.id Internet	26 words — < 1%
32	Yohana Magdalena Yohana Magdalena, Ika Suryono Djunaid Ika Suryono Djunaid. "Pengaruh Komponen Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Hutan Kota Bekasi", Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal, 2024 Crossref	25 words — < 1%

33	porsepnifc.blogspot.com Internet	25 words — < 1%
34	semuapengetahuanuntukkita.blogspot.com Internet	25 words — < 1%
35	ojs.akbpstie.ac.id Internet	24 words — < 1%
36	eprints.poltektegal.ac.id Internet	23 words — < 1%
37	eprints.perbanas.ac.id Internet	22 words — < 1%
38	eprints.undip.ac.id Internet	22 words — < 1%
39	repo.unand.ac.id Internet	21 words — < 1%
40	id.scribd.com Internet	19 words — < 1%
41	repository.iain-manado.ac.id Internet	19 words — < 1%
42	repository.unwim.ac.id Internet	19 words — < 1%
43	repo.darmajaya.ac.id Internet	18 words — < 1%
44	e-theses.iaincurup.ac.id Internet	17 words — < 1%

eprints.upnyk.ac.id

45	Internet	16 words — < 1%
46	repository.upnjatim.ac.id Internet	16 words — < 1%
47	Melinda Tri Sundari, Dedi Hariyanto. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Praktik Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia", Jurnal Produktivitas, 2021 Crossref	15 words — < 1%
48	library.polmed.ac.id Internet	15 words — < 1%
49	repository.metrouniv.ac.id Internet	15 words — < 1%
50	dspace.umkt.ac.id Internet	14 words — < 1%
51	pdfcoffee.com Internet	14 words — < 1%
52	dspace.uui.ac.id Internet	13 words — < 1%
53	eprints.walisongo.ac.id Internet	13 words — < 1%
54	jurnal.dharmawangsa.ac.id Internet	13 words — < 1%
55	eprints3.upgris.ac.id Internet	12 words — < 1%

56	etheses.uingusdur.ac.id Internet	12 words — < 1%
57	inspirasiwisata.wordpress.com Internet	12 words — < 1%
58	journal.universitaspahlawan.ac.id Internet	12 words — < 1%
59	www.slideshare.net Internet	12 words — < 1%
60	Miracle Undap, Herman Karamoy, Victorina Z. Tirayoh. "EVALUASI PENERAPAN TOTAL QUALITY MANAJEMEN (TQM) PADA PT. PLN (PERSERO) UP2B SISTEM MINAHASA", Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2023 Crossref	11 words — < 1%
61	Widyaninggar Resti Husodho. "PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA OBYEK WISATA DUMILAH WATER PARK MADIUN", EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya, 2015 Crossref	10 words — < 1%
62	eprints.polsri.ac.id Internet	10 words — < 1%
63	eprints.umsb.ac.id Internet	10 words — < 1%
64	gcafeb.binadarma.ac.id Internet	10 words — < 1%
65	repository.umi.ac.id Internet	10 words — < 1%

66	repository.upbatam.ac.id Internet	10 words — < 1%
67	repository.upnvj.ac.id Internet	10 words — < 1%
68	core.ac.uk Internet	9 words — < 1%
69	docobook.com Internet	9 words — < 1%
70	eprints.umk.ac.id Internet	9 words — < 1%
71	jonizulkarnain.wordpress.com Internet	9 words — < 1%
72	kanazawa-u.repo.nii.ac.jp Internet	9 words — < 1%
73	repository.ar-raniry.ac.id Internet	9 words — < 1%
74	repository.stikstellamarismks.ac.id Internet	9 words — < 1%
75	repository.uinsu.ac.id Internet	9 words — < 1%
76	repository.unair.ac.id Internet	9 words — < 1%
77	www.iiste.org Internet	9 words — < 1%

78	Amsah Hendri Doni. "Analisis Pengaruh Inflasi dan Pengangguran terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Sumatera Barat", JUSIE (Jurnal Sosial dan Ilmu Ekonomi), 2022 Crossref	8 words — < 1%
79	ejournal.nusantaraglobal.ac.id Internet	8 words — < 1%
80	ejurnal.unisri.ac.id Internet	8 words — < 1%
81	eprints.umm.ac.id Internet	8 words — < 1%
82	repository.fe.unj.ac.id Internet	8 words — < 1%
83	repository.ucb.ac.id Internet	8 words — < 1%
84	repository.umy.ac.id Internet	8 words — < 1%
85	repository.unand.ac.id Internet	8 words — < 1%
86	repository.unj.ac.id Internet	8 words — < 1%
87	rohmatzarman.com Internet	8 words — < 1%
88	simplebooklet.com Internet	8 words — < 1%
89	Hurriyati Ratih, Tjahjono Benny, GafarAbdullah Ade, Sulastri, Lisnawati. "Advances in Business,	7 words — < 1%

-
- 90 Nathasya Mewengkang, Indrie D. Palandeng, Shinta J. C. Wangke. "PENGARUH TOTAL QUALITY MANAGEMENT TERHADAP KUALITAS PELAYANAN RUMAH SAKIT TNI AL DR. WAHYU SLAMET BITUNG SELAMA MASA PANDEMI COVID-19", Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2023 6 words — < 1%
- Crossref

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE SOURCES OFF

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY ON

EXCLUDE MATCHES OFF