

ANALISIS PENGARUH PERSEPSI MANAJEMEN TENTANG TOTAL QUALITY SERVICE (TQS) TERHADAP PERSEPSI PELANGGAN TENTANG SERVICE QUALITY (SERVQUAL)

by Tri Wahyuningsih

Submission date: 29-Apr-2023 10:00AM (UTC+0700)

Submission ID: 2078885474

File name: en_tentang_TQS_terhadap_persepsi_pelanggan_tentang_SERVQUAL.docx (447.37K)

Word count: 5636

Character count: 40329

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI MANAJEMEN TENTANG TOTAL
QUALITY SERVICE (TQS) TERHADAP PERSEPSI PELANGGAN
TENTANG SERVICE QUALITY (SERVQUAL)**

Tri Wahyuningsih

Ekonomi manajemen UPN"VETERAN" Yogyakarta

triwahyuoke@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh persepsi manajemen tentang TQS (total quality service) terhadap persepsi pelanggan tentang (SERVQUAL) service quality. Analisis regresi berganda dengan metoda stepwise regression telah digunakan untuk mengetahui pengaruh antara 12 dimensi TQS dan 5 dimensi service quality. Hasilnya 12 dimensi TQS dapat memprediksi service quality pada dimensi core service, human element of service delivery, systematization of service delivery, dan tangible of service, sedangkan tidak pada social responsibility. Sehingga Penemuan ini menggarisbawahi pentingnya penekanan pada masalah "people oriented" (seperti top management commitment, service culture, employee satisfaction, continuous improvement) yang lebih besar dari pada masalah " teknologi" dalam menciptakan tingginya service quality.

Kata kata kunci: Total Quality Service, Service Quality, People Oriented.

PENDAHULUAN

Dunia usaha saat ini dihadapkan pada persaingan global dengan salah satu ciri menonjol adalah berkembangnya teknologi informasi yang sangat pesat. Hal tersebut menjadikan siapa saja dapat dengan mudah mengakses setiap informasi bisnis tanpa dibatasi ruang dan waktu. Bagi pelanggan, mereka biasa dengan leluasa mendapatkan informasi pasar, memiliki banyak preferensi produk, dan menentukan pilihan produk yang berkualitas seperti yang diharapkan. Dengan demikian pelanggan memegang peran strategis bagi keberhasilan perusahaan yang dalam berkompetisi sangat tergantung pada bagaimana mereka dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dan kepuasan pelanggan ini ditandai dengan berkurangnya keluhan pelanggan sehingga menunjukkan kinerja perusahaan yang tinggi.

Kualitas dapat didefinisikan sebagai conformance to requirement atau kesesuaian dengan persyaratan (Crosby, 1979). Persyaratan yang dimaksud disini adalah persyaratan konsumen atau pelanggan, bukan persyaratan perusahaan. Dengan kata lain, kualitas merupakan keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pelanggan dan sesuai dengan persyaratan yang dikehendakinya.

Saat ini pelanggan meminta kualitas dalam produk, jasa dan dalam kehidupannya yang faktanya mereka bersedia membayar lebih untuk sebuah kualitas produk atau jasa yang akan dinikmatinya. Pelayanan kualitas semakin banyak mendapat perhatian bagi perusahaan, hal ini disebabkan karena kualitas pelayanan dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai

192

Dipindai dengan CamScanner

kemampuan kompetitor. Kualitas pelayanan yang baik dapat menimbulkan loyalitas konsumen, menarik konsumen baru, karena konsumen terpuaskan kebutuhannya. Pada akhirnya melalui kepuasan konsumenlah perusahaan akan memperoleh keuntungan jangka panjang.

Perubahan lingkungan bisnis yang begitu cepat mendorong pelaku bisnis untuk senantiasa menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan yang terjadi. Diberlakukannya perjanjian ekonomian antar bangsa seperti AFTA, NAFTA dan lain sebagainya mendorong tingkat persaingan bisnis semakin intens. Berbagai program-program perbaikan kualitas diadopsi untuk menciptakan kinerja bisnis yang lebih baik, sehingga kualitas menjadi kata kunci yang menentukan keberhasilan perusahaan.

Di sektor jasa, kualitas jasa yang dipersepsikan oleh pelanggannya menjadi satu pertimbangan dan indikator kunci keberhasilan bisnis. Beberapa penelitian telah membuktikan bahwa inisiatif perbaikan kualitas dapat menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan (Adam, et al 1994; Ahire, et al 1996; Black & Porter 1996; Corbet, et al 1998; Flynn, et al 1994; Kanji 1998; Kanji & Asher 1993, 1996; Kanji & Barker 1990; Kanji & Yui 1997; Parasuraman, et al 1985, 1988 dalam Sureshcandar, et al 2002). Keunggulan kompetitif yang ditargetkan di sektor manufaktur dan sektor jasa umumnya adalah sama yaitu pencapaian kualitas akan produk atau jasa yang ditawarkan. Pengukuran kualitas di sektor manufaktur dan sektor jasa ada perbedaan, hal itu disebabkan karakteristik jasa yang spesifik yang membutuhkan pengukuran akan kualitas jasa berdasarkan persepsi pelanggan. Lain halnya dengan sektor manufaktur yang lebih mudah untuk mengukur kualitas akan produk yang dihasilkan dengan cara mengevaluasi standar kualitas output dengan spesifikasi yang sudah ditentukan oleh perusahaan, sehingga standar kualitas lebih mudah untuk diukur.

Perkembangan sektor jasa di Yogyakarta cukup pesat jika dibandingkan dengan sektor manufaktur, Hal ini sesuai dengan image Yogyakarta sebagai kota pendidikan dan kota wisata. Semakin pesatnya pertumbuhan sektor jasa khususnya jasa pendidikan terutama pendidikan tinggi yang ada di Yogyakarta membawa konsekuensi tingkat persaingan jasa pendidikan semakin intens dan mahasiswa memiliki kekuatan penuh untuk memilih perguruan tinggi mana yang berkualitas sesuai kebutuhan mereka. Sehingga pengukuran kualitas persepsi pelanggan menjadi penting. Keberhasilan perguruan tinggi diawali dari kemampuan perguruan tinggi untuk menciptakan animo calon mahasiswa (input), kemudian keefektifan perguruan tinggi dalam menciptakan proses pembelajaran, dan akhirnya menghasilkan alumni (output) yang memiliki daya jual dan siap diterima oleh user. Kesatuan proses transformasi dimulai dari input menjadi output berdasarkan persepsi pelanggan menjadi indikator akan keberhasilan perguruan tinggi.

Menurunnya animo calon mahasiswa dari perguruan tinggi Yogyakarta diduga karena (1) Suksesnya program keluarga berencana sehingga secara kuantitatif jumlah calon mahasiswa dari tahun ketahun menurun. (2) Dampak krisis moneter yang menyebabkan ketidakmampuan finansial sebagian masyarakat untuk menggunakan peluang menempuh pendidikan jenjang strata. (3) Dampak dari kebijakan pemerintah tentang otonomi perusahaan yang memberikan kewenangan pada pemerintah daerah untuk mengelola sumber daya daerah masing-masing sehingga memungkinkan seluas-luasnya pada putra daerah untuk mengabdikan ke daerah masing-masing, hal ini disebabkan calon mahasiswa di luar Yogyakarta enggan untuk menempuh pendidikan di Yogyakarta.

Kondisi tersebut di atas mempengaruhi animo mahasiswa baru yang akan melanjutkan studi di perguruan tinggi, begitu pula dampaknya pada kualitas jasa pendidikan berdasarkan perspektif mahasiswanya masing-masing.

Beberapa penelitian terdahulu selalu mengukur dampak implementasi TQS pada kinerja bisnis, Sluti, 1992 dengan pengujian SEM mengkaji 184 perusahaan manufaktur yang ada di New Zealand, hasil penelitian tidak ada pengaruh praktek dimensi TQM terhadap kinerja finansial, tetapi pada kinerja operasional berpengaruh signifikan. Sementara penelitian Kuei dan Madhu 1995 juga membuktikan ada asosiasi positif antara TQS dengan kepuasan konsumen, kepuasan karyawan dan kualitas pelayanan karyawan serta kinerja organisasi.

Pengukuran kinerja di sektor jasa relatif sulit dibandingkan di sektor manufaktur (Schneider & Bowen, 1995), Hal ini disebabkan ukuran kinerja bisnis pada sektor jasa lebih sulit, beda setting penelitian maka akan beda pula pengukurannya. Pencapaian kualitas jasa yang excellent di sektor jasa perlu didukung inisiatif pengimplementasian program-program perbaikan kualitas seperti TQS. TQS sebagai pendekatan manajemen untuk perbaikan kualitas berkelanjutan secara komprehensif, yang membutuhkan komitmen seluruh karyawan dan dukungan top level management (Russel, 2006).

Dimensi TQS dalam penelitian ini mengacu pada penelitian Sureshchandar, et al., 2002 yaitu (1) Top management commitment and visionary leadership (komitmen manajemen puncak dan visi kepemimpinan), (2) Human Resource management (Manajemen Sumberdaya Manusia), (3) Technical system (sistem teknik), (4) Information and analysis system (Informasi dan Sistem analisis), (5) Benchmarking, (6) Continuous improvement (Peningkatan yang berkelanjutan), (7) Customer focus (fokus pada pelanggan), (8) Employee satisfaction (Kepuasan karyawan), (9) Union intervention (Campur tangan serikat kerja), (10) Social responsibility (pertanggungjawaban sosial), (11) Servicescapes, (12) Service culture (Budaya pelayanan).

Indikator kesuksesan implementasi dimensi TQS adalah kualitas pelayanan atau jasa yang lebih baik didasarkan persepsi pelanggan. Hal ini disebabkan sifat spesifik jasa yang pada umumnya proses

produksi bersamaan dengan proses konsumsi, sehingga proses pelayanan yang memuaskan pelanggan menjadi kunci keberhasilan perusahaan. Capaian hasil akibat implementasi TOS pada kinerja di sektor jasa umumnya sulit diukur (not measurable).

Dalam penelitian ini dimensi-dimensi dari kualitas jasa adalah (1) Core service or service product (jasa pelayanan inti atau produk layanan), (2) Human element of service delivery (Elemen sumberdaya manusia dari jasa penghantaran), (3) Systematization of service delivery:

non human element (Sistematisasi dari jasa penghantaran), (4) Tangibles of servicescapes (Sesuatu yang tampak/kelihatan dari jasa layanan), (5) Social responsibility (Pertanggungjawaban sosial).

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk mengangkat topik penelitian yang berjudul Pengaruh Persepsi Manajemen Tentang TQS Terhadap Persepsi Pelanggan Tentang SERVQUAL.

Adapun tujuan penelitian diangkat dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penerapan persepsi manajemen tentang TQS terhadap persepsi pelanggan tentang SERVQUAL?

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

1. Total Quality Service (TQS)

TQM merupakan prinsip-prinsip manajemen kualitas yang bersifat universal yang dapat diterapkan pada organisasi yang bersifat manufaktur maupun jasa. Organisasi jasa termasuk perbankan dapat mengadopsi prinsip-prinsip manajemen kualitas total dalam upaya pencapaian kualitas yang berkesinambungan melalui suatu konsep atau prinsip-prinsip yang lebih spesifik, yaitu total quality service (TQS).

Menurut Stamatis (1996), TQS didefinisikan sebagai sistem manajemen strategik dan integratif yang melibatkan semua manajer dan karyawan, serta menggunakan metoda-metoda kualitatif dan kuantitatif untuk memperbaiki secara berkesinambungan proses-proses organisasi agar dapat memenuhi dan melebihi kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2000), implementasi TQS akan memberikan beberapa manfaat utama, yaitu: meningkatnya indeks kepuasan kualitas yang diukur dengan ukuran apapun, meningkatnya produktivitas dan efisiensi, meningkatnya laba, meningkatnya pangsa pasar, meningkatnya moral karyawan, serta meningkatnya kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian ini dimensi TQS yang dipergunakan adalah mengacu dari hasil penelitian Sureshchandar, Chandrasekharan Rajendran & R. N. Anantharaman (2001) yang

mengidentifikasi dimensi TQS (dari perspektif manajemen) yang ditujukan pada perbedaan masalah dari TQS, seperti human dan non human aspek dari produksi jasa dan delivery, permodelan jasa dan operasi, Estetika dari lingkungan fisik, teknologi informasi, hubungan dengan industri, korporasi tingkahlaku yang dikategorikan dalam tiga group yaitu:

a. Dimensi dari manajemen kualitas manufaktur (TQM) yang dapat secara efektif digunakan pada organisasi jasa dengan baik (Topmanagement commitment and visionary leadership, Human resource management, Design and management of processes, Information and analysis, Benchmarking, Continuous improvement, Employee satisfaction, and Costumer focus and Employee satisfaction).

b. Dimensi yang jarang di pakai literatur tapi sebagai elemen kunci dari TQM di organisasi manufaktur dan jasa (union intervention and social responsibility).

c. Faktor yang mempunyai tingkat keunikan tinggi untuk organisasi jasa (Servicescapes and service culture).

Sehingga dimensi dari TQS dapat diidentifikasi menjadi 12 dimensi yaitu:

(1) Top management commitment and visionary leadership (komitmen manajemen puncak dan visi kepemimpinan). Komitmen manajemen puncak adalah prasarat untuk keefektifan dan kesuksesan implementasi TQS. Sedangkan visi kepemimpinan adalah suatu seni yang terkemuka dan mendukung mental, strategi dan perubahan spiritual dalam organisasi dengan formulasi jangka panjang dan visi untuk membangun organisasi, menyebarkan misi keseluruhan organisasi, menemukan dan membuat rencana kerja dan terakhir menstimuli ke seluruh organisasi terhadap penyelesaian suatu misi.

(2) Human Resource management (Manajemen Sumberdaya Manusia). Menunjukkan jumlah behavior dalam organisasi (dari seleksi dan pengangkatan, pelatihan dan pendidikan, empowerment pegawai, sampai keterlibatan karyawan) sebagai bentuk yang mendasari strategi korporasi harus dibentuk.

(3) Technical system (sistem teknik), termasuk di dalamnya model manajemen kualitas dan manajemen proses. Kuat dan handalnya model jasa menggemakan dalam kemampuan merencanakan strategi kualitas dan keterlibatan organisasi untuk mengatasi keinginan konsumen, ekspektasi dan keinginan, konsekuensi yang dihasilkan dalam peningkatan kinerja bisnis.

(4) Information and analysis system (Informasi dan Sistem analisis). Services tidak dapat disimpan dan digunakan dalam waktu singkat, TQS membutuhkan orang untuk berkomunikasi antar tingkat organisasi, fungsi serta lokasi untuk problem kerja, menjauhkan diri dari yang lain, dan menerapkan perubahan.

(5) Benchmarking adalah membandingkan standar dengan kenyataan yang ada yang terdiri dari menganalisis produk atau jasa yang terbaik dan proses dari organisasi yang terbaik di dunia dan kemudian menganalisis dan menggunakan informasi untuk meningkatkan salah satu produk atau jasa sendiri lalu memprosesnya.

(6) Continuous improvement (Peningkatan yang berkelanjutan). Peningkatan harus dipandang sebagai proses yang terus menerus dalam arti salah satu target harus dapat dicapai, sesuatu yang baru harus direncanakan, untuk meraih tingkatan efisiensi dari pelayanan.

(7) Customer focus (fokus pada pelanggan). Fokus pada pelanggan adalah tujuan dari setiap program TQS karena organisasi dapat menilai kompetitor mereka dengan efektif yang ditujukan pada keinginan konsumen dan permintaan dalam mengantisipasi serta merespon keinginan mereka.

(8) Employee satisfaction (Kepuasan karyawan). Kepuasan karyawan adalah konsep yang multi dimensi, yang didefinisikan sebagai suatu tingkatan yang mana karyawan dalam organisasi percaya bahwa keinginannya dan kebutuhannya secara terus menerus dipenuhi oleh organisasi.

(9) Union intervention (Campur tangan serikat kerja). Hubungan karyawan disini menekankan pada dampak sistem organisasi dan konsekuensinya di jelaskan secara apa adanya dan disebarluaskan dalam implementasi TQM. Dan dengan pertumbuhan teknologi (komputerisasi, networking), keluhan di sektor jasa dan ketidakigintahuan dan pernyataan keprihatinan terhadap kemajuan, dapat disimpulkan bahwa tingkah laku serikat pekerja memainkan peran yang penting dalam usaha peningkatan kualitas.

(10) Social responsibility (pertanggungjawaban sosial). Konsep korporasi harus berasal dari depan jika suatu organisasi telah sukses dan usaha pencapaian bisnis yang bagus.

(11) Servicescapes. Adalah sesuatu yang kelihatan dalam fasilitas pelayanan misal seseorang membuat lingkungan fisik (peralatan, mesin, penampilan karyawan), Kuatnya pengaruh karyawan dan pelanggan dalam fisiologi, psikologi, emosional, sosiologi dan kognitif, secara umum sebagai pelayanan inti menjadi lebih tidak kelihatan.

(12) Service culture (Budaya pelayanan). Di dalam organisasi jasa batas antara pelanggan dan karyawan sangat tipis dengan hasil bahwa secara fisik dan psikologi kedekatan antara keduanya adalah sangat intens dan hanya budaya perusahaan yang menekankan pada kualitas layanan secara keseluruhan dalam organisasi dapat menentukan adanya tanpa batas dalam penghantaran jasa layanan. Budaya pelayanan pada dasarnya sangat

luas yang mana karyawan pada semua tingkatan dapat mewujudkan tujuan dari keadaannya dalam pelayanan pada pelanggan.

2. Definisi dan Dimensi Kualitas Jasa.

Penentuan kualitas jasa diupayakan memenuhi kesesuaian dengan harapan pelanggan. Wyckoff dalam Lovelock (1998) memberikan pengertian kualitas jasa merupakan tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Kualitas jasa merupakan perbandingan antara jasa yang dirasakan (persepsi) pelanggan dengan kualitas jasa yang mereka harapkan (parasuraman et, al., 1998). Jika kualitas jasa yang dirasakan pelanggan sama dengan kualitas jasa yang diharapkan, jasa tersebut dikatakan berkualitas. Jika diukur dengan rasio antara kualitas jasa yang dirasakan dengan kualitas jasa yang diharapkan, kualitas jasa dikatakan memuaskan jika rasionya satu, kualitas jasa dikatakan berkualitas jika rasionya lebih dari satu.

Gronroos (1990) menyatakan bahwa kualitas jasa meliputi : kualitas fungsional (Functional Quality), Kualitas teknis (Technical Quality), dan Corporate Image. Kualitas fungsi lebih menekankan pada bagaimana jasa dilaksanakan, yang meliputi dimensi kontak pelanggan, sikap dan perilaku, hubungan internal, penampilan, aksesibilitas, dan service mindedness. Kualitas teknis dengan kualitas output dirasakan pelanggan, meliputi harga, ketepatan waktu, kecepatan layanan, dan estetika output. Sedangkan corporate image dicerminkan oleh citra perusahaan dan reputasi di mata pelanggan.

Dalam penelitian ini dimensi kualitas jasa layanan yang dipersepsikan pelanggan di dasarkan pada hasil penelitian Sureshchandar et al., (2001) yang mengidentifikasi lima dimensi kualitas jasa layanan sebagai bentuk dari sudut pandang pelanggan yaitu:

- (1) Core service or service product (jasa pelayanan inti atau produk layanan)
- (2) Human element of service delivery (Elemen sumberdaya manusia dari jasa penghantaran).
- (3) Systematization of service delivery: non human elemen (Sistematisasi dari jasa penghantaran).
- (4) Tangibles of service-servicescapes (Sesuatu yang tampak/kelihatan dari jasa layanan).
- (5) Social responsibility (Pertanggungjawaban sosial).

3. Jasa Pendidikan

Pelaksanaan berbagai jenis pendidikan memerlukan hal-hal atau faktor-faktor agar kegiatan pendidikan dapat terlaksana dengan baik. Faktor-faktor tersebut meliputi lima hal penting yaitu: tujuan pendidikan, pendidik, anak didik, sarana dan lingkungan. Apabila salah

satu dari kelima faktor ini tidak dipenuhi dalam pelaksanaan pendidikan, maka hasilnya kurang dapat diharapkan, atau bahkan pendidikan itu sendiri tidak dilaksanakan.

1. Tujuan Pendidikan Tinggi

Pendidikan tinggi diselenggarakan dengan tujuan untuk menyiapkan peserta didik menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademik atau profesional yang dapat menerapkan, mengembangkan, atau menciptakan ilmu pengetahuan, teknologi atau kesenian serta mengupayakan penggunaannya untuk meningkatkan taraf kehidupan masyarakat dan memperkaya kebudayaan nasional.

(<http://www.pdk.go.id/HOME/PAGE/KONSEP/hig.htm>).

2. Dosen Sebagai Pendidik dan Pengajar

Dosen harus mempunyai kualifikasi yang diperlukan bagi penyampaian ilmunya kepada mahasiswa. Dengan tenaga dosen yang berkompeten dan berkualitas akan memudahkan penyampaian ilmu pengetahuan dan teknologi sehingga apa yang disampaikan kepada mahasiswa dapat diterima dan dikembangkan sesuai dengan kemampuan mahasiswa dengan kajian bidang ilmu yang dipilihnya. Disamping itu dosen juga harus mempunyai disiplin yang tinggi juga mempunyai rasa tanggung jawab terhadap ilmu yang diberikan kepada mahasiswa.

Kemampuan dosen terdiri dari kemampuan dalam ilmu pengetahuan yang akan diajarkan dan teknik dalam memberikan pengajaran. Hal ini berarti peningkatan kemampuan dosen perlu dilakukan dari dua aspek yaitu peningkatan mutu pengetahuan di bidangnya, kemampuan atau keterampilan dalam mengajar.

Disamping itu juga dapat dilihat dari klasifikasi pendidikan (S1/S2) dan jenjang jabatan akademiknya. Pengelolaan mutu dosen dapat dilakukan melalui peningkatan ke strata yang lebih tinggi di universitas-universitas negeri maupun swasta terbaik di dalam maupun di luar negeri seraca bertahap dan berencana. Disamping itu juga dapat dilakukan melalui peningkatan kegiatan-kegiatan seminar (lokal, regional, dan nasional), simposium, diskusi, serta penataran-penataran dan loka karya, baik di fakultas maupun universitas sendiri, maupun di perguruan tinggi terkemuka di tanah air. Serta meningkatkan kegiatan kerjasama dengan dinas-dinas, dunia usaha dan dunia industri dalam kaitannya dengan program keterkaitan dan kesepadanan sebagai penambah wawasan dan cara berpikir serta keterampilan bagi dosen. (<http://www.pdk.go.id/HOME/PAGE/KONSEP/hig.htm>).

3. Mahasiswa yang Dididik

Untuk dapat menghasilkan produk yang baik, kita harus menanam bibit-bibit yang baik. Untuk mendapatkan bibit yang baik perlu seleksi yang baik pula. Untuk dapat meningkatkan mutu pendidikan, dari calon mahasiswa harus betul-betul dapat dijamin dengan

seleksi yang ketat supaya calon mahasiswa yang diterima di UPN "Veteran" Yogyakarta mempunyai standar kualitas yang baik karena bagaimanapun mahasiswa tidak lepas dari tanggung jawab perkembangan dari sebuah perguruan tinggi. Disamping itu tingkat kedisiplinan mahasiswa perlu ditingkatkan, karena melalui disiplin yang tinggi ini agar mahasiswa benar-benar dapat mandiri dan bertanggung jawab terhadap dirinya sendiri dan ilmu pengetahuan yang diterimanya.

Untuk menambah mutu serta kemampuan mahasiswa saat dia mengikuti perkuliahan di perguruan tinggi maka perlu ditambah dengan kemampuan berorganisasi, sebab di dalam organisasi ini akan mampu mengembangkan pribadi bagi mahasiswa dan menambah pengalaman guna menunjang ilmu pengetahuan yang diterimanya.

(<http://www.pdk.go.id/HOMEPAGE/KONSEP/hig.htm>).

4. Sarana dan Prasarana

Menurut Suhardian (2006) untuk menghasilkan kualitas tenaga lulusan perguruan tinggi maka harus bekerja sama dengan pihak dunia usaha sebagai penyerap dan pemakai tenaga lulusan perguruan tinggi. Hal ini dapat dilakukan dengan melibatkan unsur mahasiswa, alumni dan perusahaan-perusahaan yang mewakili dunia usaha, untuk memberikan masukan yang berguna untuk menghasilkan lulusan perguruan tinggi yang diharapkan mampu berkiprah di era globalisasi. Maka perlu perbaikan terhadap kurikulum dengan menambahkan program-program baru seperti: penguasaan bahasa internasional, teknologi komputer, program magang dan etika.

Laboratorium sebagai ajang latihan dan praktek mahasiswa perlu dilengkapi dengan fasilitas yang cukup serta program pelatihan harus disesuaikan dengan perkembangan dunia industri dan jasa. Sedangkan perpustakaan sebagai jantungnya perguruan tinggi perlu diperkaya dan dilengkapi dengan berbagai jumlah dan literatur yang baru.

4. Penelitian Terdahulu

Manajemen kualitas telah betul-betul dipertimbangkan sebagai suatu hal yang dapat mempertinggi kinerja bisnis. Beberapa studi telah banyak memberikan bukti bahwa kualitas dan segala aspek dari kualitas selalu dinilai pada pentingnya kemampuan kompetitive (Corbett, 1994). Suatu keputusan yang mana praktek manajemen harus memberikan penekanan pada pentingnya implementasi TQM secara efektif telah menjadi perhatian utama dari para praktisi di lapangan (Flynn et al., 1995). Dalam penelitian eksploratory hubungan antara praktek manajemen kualitas secara spesifik dan kinerja yang berkualitas, ditemukan framework bahwa praktek manajemen kualitas yang berbeda mempunyai peranan penting pada kesuksesan dalam dimensi kualitas yang berbeda pula.

Madhu et al (1996) mempertimbangkan bahwa meskipun beberapa model konseptual telah mendasarkan pada kegunaan dari dimensi kualitas tertentu (seperti kepuasan pelanggan, kepuasan karyawan, dan kualitas layanan karyawan) dalam meningkatkan kinerja organisasional namun secara empiris tidak ada studi lanjut yang menguji atau menyanggah. Madhu menguji pengaruh dimensi kualitas dalam 9 komponen item yang akan membuat kinerja organisasional untuk perusahaan manufaktur atau perusahaan jasa. Informasi dari studi ini menunjukkan bahwa ketika dibandingkan dengan perusahaan manufaktur, manajer praktisi di sektor jasa seakan tidak memahami beberapa relevansi dan nilai dari aktivitas manajemen kualitas.

Kantor studi akuntan pemerintah di Amerika Serikat (GAO, 1991) menguji pengaruh formal strategi TQM dalam berkinerja pada 20 perusahaan USA yang tercatat pada Malcolm Baldrige National Quality Award 1988/19989, dengan hasil adanya hubungan yang kuat antara perusahaan yang mempraktekkan TQM (fokus pelanggan, kepemimpinan manajemen, komitmen terhadap pelatihan karyawan, empowerment, keterlibatan dan aplikasi dari penemuan fakta secara sistematis, dan proses pengambilan keputusan) dan kinerja organisasional (diukur dengan hubungan karyawan, kualitas, produktivitas, kepuasan pelanggan dan profitabilitas).

Dalam penelitian empiris Sluti (1992) menggunakan SEM untuk menguji 184 perusahaan organisasi di New Zealand, praktek kualitas ditemukan dalam mempengaruhi hasil dengan fokus pada kinerja organisasional, dengan hasil hubungan langsung antara kualitas dan kinerja keuangan dalam bisnis tidak signifikan, hubungan antara kualitas dan kinerja produksi/operasi signifikan. Peneliti lain yaitu Kuei dan Madhu (1995) juga mengindikasikan kuatnya hubungan antara ukuran kualitas (kepuasan pelanggan, kepuasan karyawan, dan kualitas layanan karyawan) dan kinerja organisasional. Maani et al., (1994) secara empiris membuktikan bahwa dari 184 organisasi manufaktur peningkatan kualitas punya efek yang positif signifikan pada kinerja operasional dan aspek tertentu dari kinerja bisnis.

Forker et al., (1996) secara empiris mempelajari fakta dari industri furniture dan menyimpulkan bahwa tingginya kualitas akan mempunyai peran penting dalam meningkatkan kinerja bisnis dan memperbaharui organisasi yang akan bangga dengan produk yang mereka buat. Samson dan Terziovski (1999) mencoba untuk menemukan hubungan antara berbagai macam praktek TQM secara individual dan kolektif dan kinerja perusahaan, dengan hasil menunjukkan bahwa intensitas praktek TQM mempunyai kontribusi yang signifikan pada kinerja. Agus et al., (2000) meneliti hubungan secara simultan antara TQM, kepuasan pelanggan, dan kinerja keuangan, dengan hasil menunjukkan bahwa implementasi yang

pantas dalam TQM akan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan yang akhirnya

akan berperan dalam mempertinggi kinerja keuangan.

Sayangnya Di sini terjadi kekurangan penelitian empiris yang menemukan fakta adanya pengaruh implementasi TQS dan persepsi pelanggan terhadap jasa layanan. Sebagai usaha untuk menguji hubungan dan pengaruh ini Waldan dan Gopalakrishnan (1996) menemukan hubungan antara beberapa faktor dari TQS dan persepsi pelanggan dalam kualitas jasa layanan. Meskipun penelitian ini punya peranpenting secara empiris dalam mengidentifikasi hubungan antara dimensi manajemen kualitas dan persepsi pelanggan tentang kualitas jasa layanan, tapi gagal dalam menjaga secara menyeluruh dari seluruh dimensi dari TQS, dan fokusnya hanya pada tiga dimensi TQS yaitu dimensi operasional, organisasional dan sumber daya manusia. Lebih lagi dalam mengukur dimensi ini hanya menggunakan delapan dimensi kualitas manajemen seperti yang diungkapkan oleh Saraph et al.,(1989)di dalam lingkungan manufaktur.

Dari Tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut:

H1: Di duga ada pengaruh 12 dimensi dari TQS terhadap persepsi pelanggan dari SERVQUAL dengan respek pada core service.

H2: Di duga ada pengaruh 12 dimensi dari TQS terhadap persepsi pelanggan dari SERVQUAL dengan respek pada human elemen of service delivery.

H3: Di duga ada pengaruh 12 dimensi dari TQS terhadap persepsi pelanggan dari SERVQUAL dengan respek pada sistematization of service delivery: non human elemen.

H4:Di duga ada pengaruh 12 dimensi dari TQS terhadap persepsi pelanggan dari SERVQUAL dengan respek pada tangibles of service.

H5: Di duga ada pengaruh 12 dimensi dari TQS terhadap persepsi pelanggan dari SERVQUAL dengan respek pada social responsibility.

Adapun Kerangka pikir yang digunakan adalah:

- Dimensi TQS:**
1. *Top management*
 2. *Human Resource*
 3. *Technical management*
 4. *Customer focus*
 5. *Employee satisfaction*
 6. *Union intervention*
 7. *Costumer focus*
 8. *Employee satisfaction*
 9. *Union intervention*
 10. *Social responsibility*
 11. *Servicescapes*

- Dimensi Kualitas Jasa Pendidikan:**
1. *Core service or service product.*
 2. *Human element of service delivery.*
 3. *Systematization of service delivery: non human elemen.*
 4. *Tangibles of service-servicescape.*
 5. *Social responsibility.*

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metoda penelitian survey. Penelitian survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Masri Singarimbun, Sofyan effendi, 1995). Dalam metoda penelitian survey data dikumpulkan berdasarkan jawaban responden atas daftar pertanyaan/pernyataan yang peneliti ajukan melalui daftar pertanyaan. Umumnya pengertian survey didapat pada peneliti yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi.

Penelitian ini dilakukan dengan jalan menyebarkan kuesioner langsung kepada responden dengan harapan akan didapatkan tingkat pengembalian yang tinggi karena responden akan langsung mengembalikan kuesioner setelah diisi.

2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 1999).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh staf pengajar, administrasi serta mahasiswa fakultas ekonomi perguruan tinggi swasta di Yogyakarta.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 1999). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan teknik Accidental sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila

dipandang orang yang kebetulan ditemui tersebut cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 1997).

Jumlah sampel yang dibutuhkan dalam suatu penelitian tergantung pada teknik analisis yang digunakan. Bila data dianalisis dengan statistik parametrik, maka jumlah sampel harus besar, karena nilai atau skor yang diperoleh distribusinya harus mengikuti distribusi normal. Sampel yang tergolong sampel besar yang distribusinya normal adalah sampel yang jumlahnya lebih besar dari 30 (Masri Singarimbun, Sofian, 1989). Maka dalam penelitian ini di pilih jumlah sampel sebanyak 70 responden dengan rincian 35 responden mewakili pihak manajemen (dosen dan administrasi) yang di ukur melalui 12 dimensi TQS dengan 80 item kuesioner dan 35 responden mewakili pihak mahasiswa yang diukur melalui 5 dimensi service quality dengan 26 item kuesioner.

3. Jenis Data Yang Diperlukan

Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau tidak melalui perantara (Indriantoro dan Supomo, 1999). Dalam hal ini data primer berupa jawaban atas pengisian kuesioner dari responden yaitu pihak manajemen (dosen dan administrasi) dan pelanggan (mahasiswa).

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan metoda survey. Metoda survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Masri Singarimbun, Sofian, 1989).

Penyebaran kuesioner secara langsung maksudnya adalah peneliti langsung memberikan kuesioner kepada responden untuk diisi, pengembalian kuesioner dilakukan secara langsung kepada peneliti. Dengan cara penyebaran seperti ini dimaksudkan agar tingkat pengembalian kuesioner tinggi.

5. Uji Validitas

Validitas digunakan untuk mengukur seberapa cermat suatu alat pengukuran yang melakukan fungsi ukurnya. Suatu instrument riset dapat dikatakan valid apabila instrumen tersebut mampu mengukur apa yang hendak diukur. Dalam penelitian ini digunakan validitas konstruk dengan metoda korelasi pearson product Moment dengan bantuan software SPSS 14,00 For windows. Instrumen dikatakan valid apabila tingkat signifikansinya kurang atau sama dengan 5%.

Dari 106 item kuesioner yang disebar ke 70 responden baik bagi pihak manajemen ataupun pihak pelanggan ditemukan adanya item kuesioner yang tidak valid yaitu pada service culture 3 (pada 12 dimensi TQS) dan human elemem 10 (pada 5 dimensi service quality) dan akhirnya kedua item kuesioner ini dikeluarkan dari olah data, sehingga yang

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat mengukur apa yang ingin diukur (Mulya, 1999). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan Inwrisin alpha (α) yang merupakan formula dasar dalam peakekatan konsistensi internal dan mputan estimasi yang huk terhalap reliabilitas instrmen diganakan rumus Alpha dari Chmhart Uji reliabilitas dikatakan memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi apabila memiliti nilai kefisien alpha lehih hesar atau sama dengan 0,50 (Nunnally, 1970)

Uji reliabilitas dari 12 dimensi TQS dan 5 dimensi SERVQUAL terschut nknunjukkan hahwa instrumen dalam kuesioner tenbut mempunyai nilai koefisien cronbach yang lebih besar dari 0.5. Hal ini menunjukkan hahwa instrumen tersebut merupakan instrumen penelitian yang konsisten dan reliabel.

7. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda, bila dalam suatu penelitian terdapat variabel terikat yang merupakan fungsi linear dari dua atau lebih variabel bebas, maka digunakan step wise regression method untuk menjawab kelima hipotesis yang diajukan.

ANALISIS PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Kuantitatif adalah analisis data dengan cara mengelola data berupa angka-angka kemudian dianalisis dengan menggunakan statistik agar dapat memberikan gambaran secara konkret sehingga keputusan dapat diambil secara pasti (Sugiyono, 1999). Analisis hasil secara kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah stepwise regression.

Tabel 1

Hasil Analisis Regresi Pengaruh 12 Dimensi TQS Terhadap Pelanggan Dari SERVQUAL

<p>Dengan Respect Pada Core Service</p> $Y = 0,890 + 0,413X_1 - 0,072X_2 + 0,421X_3 - 0,268X_4 + 0,388X_5 + 4,399X_6 - 2,965X_7 + 1,815X_8 - 0,263X_9 + 0,256X_{10} - 0,722X_{11} + 0,382X_{12} + c$
<p>Std.error=0,11572</p> <p>Adj R2=0,879</p> <p>F hit=21,663</p> <p>Sig F=0,000</p>
<p>Dengan Respect Pada Human Element Of Service delivery</p> $Y = -0,010 + 0,3300,330X_1 - 0,187X_2 - 0,037X_3 - 0,113X_4 + 0,025X_5 + 0,886X_6 + 0,050X_7 - 0,140X_8 + 0,086X_9 - 0,147X_{10} - 0,093X_{11} + 0,284X_{12} + c$
<p>Std.error=0,03591</p> <p>Adj R2=0,993</p> <p>F hit=398,282</p> <p>Sig F=0,000</p>
<p>Dengan Respect Pada sistematization Of service Delivery (Non Human Element) $Y = -5,015 - 0,564X_1 - 0,207X_2 + 0,091X_3 + 2,044X_4 - 0,252X_5 + 13,537X_6 - 8,773X_7 + 4,803X_8 + 2,582X_9 - 1,719X_{10} + 0,747X_{11} - 1,651X_{12} + e$</p>
<p>Std.error=0,50204</p> <p>Adj R2=0,403</p> <p>F hit=2,910</p> <p>Sig F=0,014</p>
<p>Dengan Respect Pada Tangible Of Service (Servicespace)</p> $Y = 1,750 + 0,612X_1 + 0,253X_2 + 0,520X_3 - 0,425X_4 + 0,673X_5 + 3,503X_6 - 2,711X_7 + 1,296X_8 - 0,770X_9 + 0,833X_{10} - 1,022X_{11} + 0,594X_{12} + e$
<p>Std.error=0,17939</p> <p>Adj R2=0,706</p> <p>F hit=7,818</p> <p>Sig F=0,000</p>
<p>Dengan Respect Pada Social Responsibility</p> $Y = -0,470 - 2,537X_1 + 7,125X_2 - 2,825X_3 + 1,171X_4 - 0,441X_5 + 3,657X_6 - 2,814X_7 + 1,351X_8 + 2,703X_9 - 3,117X_{10} - 0,544X_{11} - 0,158X_{12} + e$

Std.error=1,00798

Adj R2=-0,164

F hit=0,600

Sig F=0,819

Dari hasil analisis, dapat diketahui bahwa dari 12 dimensi TQS sebagai variabel independen tidak ada yang berpengaruh terhadap service quality pada dimensi Social Responsibility.

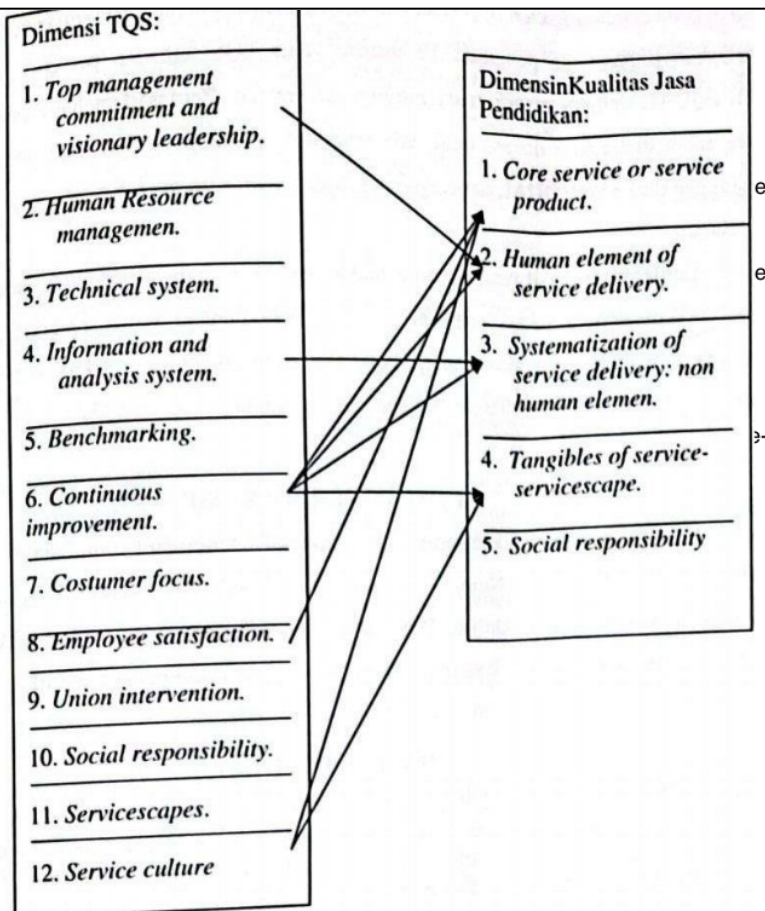
Hasil dari analisis regresi untuk 5 dimensi dari service quality dengan hasil nilai F statistik untuk kelima dimensi (5 dimensi dari service quality) mengindikasikan bahwa dari 5 dimensi hanya 4 dimensi yang signifikan, 1 dimensi yang tidak signifikan yaitu dimensi 5 dengan nilai signifikansi 0,819. ini mengindikasikan bahwa secara serempak 12 dimensi TQS berpengaruh terhadap service quality tapi hanya pada dimensi core service, human elemen, sistemization of service delivery (non human element) dan servicespace, sedangkan 12 dimensi TQS secara serempak tidak berpengaruh terhadap service quality pada dimensi social responsibility. Setelah ditindak lanjuti di lapangan ternyata bahwa persepsi pelanggan dalam hal ini adalah mahasiswa selalu berpandangan negatif terhadap pihak manajemen (dosen dan administrasi), terutama pada tanggungjawab sosial, hal ini disebabkan karena kurang tahunya mahasiswa atas apa yang telah dilakukan oleh pihak manajemen dalam hal ini dosen dan administrasi dalam melaksanakan tanggungjawab sosialnya misal diadakannya bakti sosial atau kunjungan ke panti asuhan, adanya pengabdian masyarakat dari para dosen yang mungkin kurangnya sosialisasi atau melibatkan mahasiswa dalam berbagai kegiatan sehingga mahasiswa tidak tahu dan merasa kurang terhadap apa yang telah dilakukan pihak manajemen.

Dari nilai adjusted R² untuk kelima dimensi dari variabel dependen juga tinggi, ini mengindikasikan tingginya variasi yang dapat diterangkan oleh variabel independen, kecuali dimensi kelima social responsibility bernilai negatif yaitu -0,164. Nilai t statistik untuk sebagian besar variabel independen menghasilkan banyaknya nilai yang tidak signifikan untuk 5 dimensi service quality, banyaknya nilai tidak signifikan ini mengindikasikan tingginya multicolinearitas antar variabel independen, dan masalah multicolinearitas yang ditemukan pada penelitian ini disebabkan karena tingginya korelasi antara 12 dimensi TQS yang ditemukan pada variabel independen. Masalah ini berada diluar jangkauan kita karena sebagaimana kita ketahui bahwa sangat banyak konsep TQS yang dibangun dengan asumsi bahwa pendekatan ini saling terintegrasi dimana banyak ditemukan saling ketergantungan antar dimensi.

Dari 60 nilai t statistik hanya ditemukan 9 yang signifikan, Untuk lebih jelasnya lihat gambar di bawah. 12 Dimensi TQS yang signifikan untuk memprediksi 5 dimensi service quality adalah service culture, employee satisfaction, continuous improvement (dengan respek pada core service); Top management commitment, continuous improvement (dengan respek pada human element of service delivery); Information and analysis system, continuous

improvement (dengan respek pada systematization of service delivery); service culture, continuous improvement (dengan respek pada tangible of service). Observasi dari dimensi yang menghasilkan nilai yang signifikan adalah masalah TQS yang berorientasi pada sumberdaya manusia seperti top management commitment, service culture, employee satisfaction, continuous improvement. Penemuan ini menggarisbawahi pentingnya penekanan pada masalah "people oriented" yang lebih besar dari pada masalah "teknologi" dalam menciptakan tingginya service quality. Penemuan ini didukung oleh beberapa peneliti terdahulu yang menggarisbawahi pentingnya masalah peningkatan kinerja bisnis (e.g. Ahire et al., 1996; Powell, 1995; Samson & terziovski, 1999; dalam Sureshchandar, chandrasekharan & anantharaman, 2002).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari 5 hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini hanya hipotesis 1 sampai 4 yang di dukung sedangkan hipotesis 5 tidak didukung. Implikasi dari penelitian ini adalah 12 dimensi TQS dapat memprediksi service quality pada dimensi core service, human element of service delivery, systematization of service delivery, dan tangible of service, sedangkan tidak pada social responsibility. Untuk lebih jelasnya dapat digambarkan sebagai berikut:



KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian seperti yang telah dijelaskan diatas,ada pengaruh 12 dimensi dari TQS terhadap persepsi pelanggan dari SERVQUAL dengan respek pada core service.Berdasarkan hasil pengujian seperti yang telah dijelaskan diatas, ada pengaruh 12 dimensi dari TQS terhadap persepsi pelanggan dari SERVQUAL dengan respek pada human elemen of service delivery.Berdasarkan hasil pengujian seperti yang telah dijelaskan diatas, ada pengaruh 12 dimensi dari TQS terhadap persepsi pelanggan dari SERVQUAL dengan

respek pada sistematization of service delivery. Berdasarkan hasil pengujian seperti yang telah dijelaskan diatas, ada pengaruh 12 dimensi dari TQS terhadap persepsi pelanggan dari SERVQUAL dengan respek pada tangible of service. Berdasarkan hasil pengujian seperti yang telah dijelaskan diatas, tidak ada pengaruh 12 dimensi dari TQS terhadap persepsi pelanggan dari SERVQUAL dengan respek pada social responsibility.

2.Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini maka disarankan bahwa penelitian yang akan datang dapat berkonsentrasi pada pengaruh dimensi TQS dengan dimensi service quality yang berbeda. Penelitian yang akan datang dapat juga untuk meneliti di sektor jasa yang lain baik menggunakan dimensi service quality yang sama ataupun yang berbeda.

UCAPAN TERIMAKASIH

Dengan ini disampaikan terimakasih kepada Departemen Pendidikan nasional Melalui DIPA Kopertis Wilayah V Nomor:0169.0/023-04.2/XIV/2009 Tahun Anggaran 2009 yang telah memfasilitasi penelitian ini. Peneliti juga menyampaikan terimakasih kepada seluruh responden dan berbagai pihak yang terlibat dalam pelaksanaan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus,A., Krisnand,S.K. & Kadir, S.L.S.A. (2000) The structural impact of total quality management on financial performance relative to competitors through customer satisfaction: a study of Malaysian manufacturing companies, Total Quality Management, 11, pp.S808-S819.
- Ahire,S.L.Damodar,G.J. and Matthew,A.W. (1996) Development and validation of TQM implementation construct, Decision Science, Winter, 27, pp. 23-56.
- Benson,G.P., Saraph, J.V. & Schroeder,R.G. (1991) The effects of organizational context on quality management: an empirical investigation, Management science, 37, pp. 1107-1124.
- Corbett,L.M.,Adam,E.E.,JR,Harrison,N.J.,Lee,T.S.,Rho, B.H. & Samson, D. (1998)A study of quality management practices and performance in Asia and the South Pacific, International Journal of Production Research, 36, p. 2597-2607.
- Corbett,L.M.(1994). The Manufacturing Paradox: A Challenge for New Zealand Victoria University, Wellington.
- Creech,B.(1996)Lima pilar TQM (terjemahan oleh sindoro, A) Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Crosby, P.B. (1979),Quality is Free The Art of Making quality Certain, Mc,Graw Hill Book Company.

Dipindai dengan CamScanner

- Flynn, B.B., Schroeder, R.G. & Sakakibara, S. (1995) The impact of quality management practices on performance and competitive advantage, *Decision Science*, 26, pp.659-691.
- Forker, L.B., Vickery, S.K. & Droge, C.L.M. (1996) The Contribution of quality to business performance, *International Journal of Operations and Production Management*, 16, pp.44-62.
- GAO Study (1991) Report to the House of Representatives on Management Practice, US Companies Improve Performance Through Quality Efforts (Washington, D.C, United States General Accounting Office).
- Indriantoro, Nur., & Bambang Supomo (1999) *Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi Pertama, Yogyakarta: BPFE, UGM.
- Infobank, (2006) Rating 131 Bank, No.327, juni 2006, Vol XXVIII.
- Kuei, C.H. & Madhu, C.N. (1995) Managers' perception of factors associated with quality dimensions for the different types of firms, *Quality Management Journal*, 2, pp. 67-80.
- Maani, K.E., Putterill, M.S. & Sluti, D.G. (1994) Empirical analysis of quality improvement in manufacturing, *Asia Pacific Journal of Quality Management*, 3, pp.5-23.
- Madhu, C.N., Kuei, C.H. & Jacob, R.A. (1996) An empirical assessment of quality dimensions on organizational performance, *International Journal of Production research*, 34, pp.1943-1962.
- Masri Singarimbun, Sofyan Effendi, (1995) *Metode Penelitian Survey*, Edisi revisi, Jakarta: LP3ES.
- Mears, Peter (1993) How to stop talking about and begin progress toward TQM, *Business Horizon* Mei-juni.
- Powell, C.T. (1995) Total quality management as competitive advantage: a review and empirical study, *Strategic Management Journal*, 16, pp. 15-37.
- Samson, D. & Terziovski, M. (1999) The relationship between total quality management practices and operational performance, *Journal of Operations Management*, 17, pp. 393-409.
- Saraph, J.V., Benson, G.P. & Schroeder, R.G. (1989) An instrument for measuring the critical factors of quality management, *Decision Science*, 20, pp. 810-829.
- Schneider, B. & Bowen, D.E. (1995) *Winning The Service Game* (Boston, MA, Harvard Business School Press).
- Sluti, D.G. (1992) *Linking process quality with performance: an empirical study of New Zealand manufacturing plants*, PhD Dissertation, The University of Auckland.
- Stamatis, D.H. (1996) *TQS: Principles, Practices & Implementation*, Singapore: SSMB Publishing Division.

Sugiyono(1999) Metode PenelitianBisnis,CV.Afabeta,Bandung.

Sureshchandar.G.S.(2000)Development of a framework for total quality service-the case of hanks in India,Doctoral Dissertation,Indian Institute of Technology Madras.

Sureshchandar,G.S.,Rajendran,C.& Kamalanabhan,T.J.(2001)Customer perceptions of service quality-a critique,Total Quality Management,12,pp.111-124.

Sureshchandar,G.S.,Rajendran, C.& Anatharaman, R.N. (2001) A conceptual model for TQM in service organizations,Total quality Management (in press).

Tjiptono, F. & Anastasia, D. (1995)Total Quality Management, Andy,Yogyakarta.

Waldman,D.A. & Gopalakrishnan, M. (1996) Operational,Organizational,and Human resource factors predictive of customer perceptions of sevice quality,Journal of Quality Management,16, pp.226-237.

ANALISIS PENGARUH PERSEPSI MANAJEMEN TENTANG TOTAL QUALITY SERVICE (TQS) TERHADAP PERSEPSI PELANGGAN TENTANG SERVICE QUALITY (SERVQUAL)

ORIGINALITY REPORT

12%

SIMILARITY INDEX

7%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

< 1%

★ Angrum Pratiwi. "Pengaruh Tingkat Pemahaman Mahasiswa Terhadap Keputusan Memilih Jurusan Ekonomi dan Perbankan Syariah (Studi Perguruan Tinggi di Wilayah Kalimantan Timur)", Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan, 2019

Publication

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off