

ABSTRAK

Dalam era perdagangan bebas, setiap perusahaan harus menghadapi persaingan ketat dengan perusahaan - perusahaan dari seluruh dunia. Untuk dapat bertahan dan berhasil serta memperluas pangsa pasarnya dalam era perdagangan bebas, perusahaan harus menciptakan nilai bagi konsumen dan mempunyai kemampuan bersaing (*competitive advantages*). Strategi bisnis yang dapat dilakukan adalah dengan memberi perhatian pada kepuasan konsumen, yang berarti memenuhi tuntutan konsumen yang makin berkembang yaitu produk yang berkualitas tinggi (*quality*), harga murah (*cost*) dan juga pelayanan (*service*) yang memuaskan. Hanya perusahaan yang benar - benar berkualitas yang dapat bersaing dalam pasar global.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh variabel fokus pada pelanggan (X_1), perbaikan sistem berkesinambungan (X_2), pendidikan dan pelatihan (X_3), keterlibatan dan pemberdayaan karyawan (X_4) terhadap kredibilitas *customer* (Y). Sampel yang diambil sebagai penelitian sebanyak 50 responden kemudian diolah menggunakan SPSS lalu dilakukan pengujian Uji Validitas dan hasilnya adalah valid. Pengujian selanjutnya adalah pengujian Uji Reliabilitas dan hasilnya adalah reliabel. Hasil dari pengujian normalitas ternyata data penelitian ini berdistribusi normal. Pada pengujian Asumsi Klasik yaitu Uji Heteroskedastisitas dan Multikolinearitas diketahui hasilnya data penelitian tidak mengandung unsur – unsur asumsi klasik tersebut. Diperoleh persamaan regresi berganda $Y = - 1,833 + 0,034 X_1 + 0,061 X_2 + 0,610 X_3 + 0,227 X_4$. Uji Koefisien Determinasi yaitu hasilnya sebesar 71,9 % dengan variabel dominan adalah pendidikan dan pelatihan (X_3). Uji Simultan diketahui bahwa variabel fokus pada pelanggan (X_1), perbaikan sistem berkesinambungan (X_2), pendidikan dan pelatihan (X_3), keterlibatan dan pemberdayaan karyawan (X_4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kredibilitas *customer* (Y). Uji Parsial diperoleh hasil variabel fokus pada pelanggan (X_1), perbaikan sistem berkesinambungan (X_2), keterlibatan dan pemberdayaan karyawan (X_4) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kredibilitas *customer* (Y), sedangkan variabel pendidikan dan pelatihan (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kredibilitas *customer*.

Kata kunci : *Total Quality Management (TQM), fokus pada pelanggan, perbaikan sistem, keterlibatan, pemberdayaan, kredibilitas.*

ABSTRACT

In the era of free trade, every company has to face fierce competition with companies - companies from around the world. To survive and succeed and expand its market share in this era of free trade, the company must create value for consumers and have the ability to compete (competitive advantages). Business strategy that can be done is by paying attention to customer satisfaction, which means it meets the growing consumer demand is a high quality product (quality), affordability (cost) and service (service) satisfactory. Only companies that really - really good quality that can compete in the global market.

This study aims to determine and analyze the effect of variable focus on customers (X_1), continuous system improvement (X_2), education and training (X_3), the involvement and empowerment of employees (X_4) on the credibility of the customer (Y). Samples taken as a study of 50 respondents are then processed using the SPSS testing Validiitas Test and the results are valid. The next test is the test Test Reliabilitas and the result is reliable. The results of the testing of normality turns normal distribution of research data. In the test, namely Classical Assumption Test Heteroskidastity and Multicollinearity know the results of research data does not contain the elements - elements of the classical assumptions. Multiple regression equation $Y = - 1.833 + 0.034 X_1 + 0.061 X_2 + 0.610 + 0.227 X_3 X_4$. Test Coefficient of Determination is the result of 71.9% with a dominant variable is education and training (X_3). Simultaneous trials found that the variable focus on customers (X_1), continuous system improvement (X_2), education and training (X_3), the involvement and empowerment of employees (X_4) simultaneously significant effect on the credibility of the customer (Y). Test Partial result variable customer focus (X_1), improvement of the system of continuous (X_2), the involvement and empowerment of employees (X_4) partially no significant effect on the credibility of the customer (Y), while the variables of education and training (X_3) partially significant effect to the credibility of the customer.

Keyword : Total Quality Management (TQM), customer focus, improve the system, involvement, empowerment, credibility.