

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *TOTAL QUALITY MANAGEMENT*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DI PT XYZ LENGKONG
BANDUNG**

ABSTRAK

Strategi pemasaran sangat penting diterapkan pada semua bidang yang berkaitan dengan bisnis. Hal ini dikarenakan ketatnya persaingan di bidang bisnis menuntut semua pelaku bisnis berpikir secara kreatif dan inovatif untuk menarik perhatian banyak konsumen. Terdapat beberapa masalah pada PT XYZ Lengkong Bandung yaitu belum terciptanya *Customer Satisfaction* sedangkan *Service Quality* dan *Total Quality Management* pada PT XYZ Lengkong Bandung sudah bagus. Masalah tersebut dapat dilihat dari rate cafe, data pengunjung, data penjualan dan hasil prasurvey. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh variabel *service quality* dan *total quality management* terhadap *customer satisfaction* secara simultan.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif, alat yang digunakan untuk pengumpulan data adalah kusioner yang di sebarakan kepada 249 responden dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan *purposive sampling*. Hasil analisis *service quality* dan *total quality management* terhadap *customer satisfaction* sebesar 61,3% sedangkan sisanya 39,1% (100%-61,3%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial *service quality* dan *total quality management* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *customer satisfaction*, hal ini ditunjukkan dengan hasil uji simultan diperoleh nilai signifikan F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (0,000<0,05) nilai tersebut dibawah 0,05 sehingga menghasilkan keputusan Ha diterima Ho ditolak, Untuk hasil uji parsial *service quality* signifikan t sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 (0,000<0,05). Dan untuk hasil uji parsil *total quality management* 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (0,000<0,05) sehingga dua variabel menghasilkan keputusan Ha diterima dan Ho ditolak.

Kunci: *customer satisfaction, service quality, total quality management.*

***EFFECT OF SERVICE QUALITY AND TOTAL QUALITY MANAGEMENT
ON THE CUSTOMER SATISFACTION AT PT XYZ LENGKONG***

BANDUNG

ABSTRACT

Marketing strategy is very important to be applied in all fields related to business. This is because the intense competition in the business sector requires all business people to think creatively and innovatively to attract the attention of many consumers. There are several problems at PT XYZ Lengkong Bandung, namely the absence of Customer Satisfaction, while Service Quality and Total Quality Management at PT XYZ Lengkong Bandung are good. The problem can be seen from the café rate, visitor data, sales data and the results of the survey. This study aims to explain the effect of service quality and total quality management variables on customer satisfaction simultaneously.

The research method used is descriptive and verification method with a quantitative approach, the tool used for data collection is a questionnaire distributed to 249 respondents using non-probability sampling technique with purposive sampling. The results of the analysis of service quality and total quality management on customer satisfaction are 61.3% while the remaining 39.1% (100%-61.3%) is influenced by other variables not examined by the study. The results of multiple linear regression analysis show that simultaneously and partially service quality and total quality management have a significant influence on customer satisfaction, this is indicated by the simultaneous test results obtained a significant F value of 0.000 which is smaller than 0.05 ($0.000 < 0.05$).) the value is below 0.05 so that the decision H_a is accepted, H_o is rejected. For the partial service quality test results, t is significant at 0.000, smaller than 0.05 ($0.000 < 0.05$). And for the partial test results, the total quality management is 0.000 which is smaller than 0.05 ($0.000 < 0.05$) so that the two variables result in the decision that H_a is accepted and H_o is rejected.

Keywords: . customer satisfaction, service quality, total quality management.