

ABSTRACT

Quality is the important thing in either product or service. Sufficient quality hopefully increases product so that the profit reach the highest point . Not only is quality needed in the product but also in the management. Total Quality Management (TQM) is one method for increasing company-competition with improving the product quality and management. TQM Applied is hopefully able to impact for increasing company profit through quality which end to customer satisfaction. The purpose of this research is to know TQM influence to selling target result. This research uses survey method. The data is analysed by using simple linear regrestion analysis. The result shows that TQM gives linear influence to selling target result.

Keywords: Quality, Total Quality of Management (TQM), and Selling Target.

ABSTRAK

Kualitas adalah hal yang penting dalam sebuah produk ataupun jasa. Kualitas yang memadai diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk sehingga dapat memaksimalkan laba. Kualitas tidak hanya dituntut terhadap produk, melainkan terhadap manajemen. *Total Quality of Management* (TQM) adalah salah satu metode meningkatkan daya saing perusahaan dengan memperbaiki kualitas produk maupun manajemen. Penerapan TQM diharapkan mampu berdampak terhadap peningkatan keuntungan perusahaan melalui kualitas yang berujung pada kepuasan pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh TQM terhadap pencapaian target penjualan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian survey. Data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TQM berpengaruh linear terhadap pencapaian target penjualan.

Kata-Kata Kunci: Kualitas, *Total Quality of Management*, dan Target Penjualan.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
<i>ABSTRACT</i>	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	 8
2.1 Kajian Pustaka.....	8

2.1.1	Pengertian Kualitas.....	8
2.1.2	Pentingnya Kualitas.....	8
2.1.3	Definisi Kualitas Total (TQM).....	9
2.1.4	Unsur-Unsur Kunci TQM.....	10
2.1.5	Prinsip-Prinsip Utama TQM.....	13
2.1.6	Metode TQM.....	14
2.1.7	Fokus Kepuasan Konsumen/Pelanggan.....	17
2.1.8	Anggaran Penjualan.....	19
2.1.8.1	Kegunaan Anggaran Penjualan.....	19
2.1.8.2	Target Penjualan.....	20
2.2	Rerangka Pemikiran	20
2.3	Pengembangan Hipotesis.....	22
BAB III	METODE PENELITIAN	23
3.1	Metode Penelitian.....	23
3.2	Populasi dan Sampel.....	23
3.3	Operasionalisasi Variabel.....	24
3.4	Penjabaran Variabel.....	24
3.4.1	Penjabaran Variabel Independen.....	24
3.5.2	Penjabaran Variabel Dependen.....	25
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.6	Teknik Pengolahan Data.....	28
3.6.1	Uji Validitas.....	28
3.6.2	Reliabilitas.....	28

3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	28
3.6.4 Uji Regresi.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1 Hasil Penelitian.....	31
4.1.1 Sejarah Umum PT. INTI.....	31
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	33
4.1.3 Struktur Organisasi.....	34
4.2 Pembahasan.....	35
4.2.1 Pengujian Instrumen Data.....	35
4.2.1.1 Uji Validitas.....	35
4.2.1.2 Uji Reliabilitas.....	37
4.2.2 Analisa Deskriptif.....	38
4.2.2.1 Deskriptif Variabel Independen.....	39
4.2.2.2 Deskriptif Variabel Dependen.....	46
4.2.3 Analisa Pengaruh TQM Terhadap Pencapaian Target Penjualan.....	51
4.2.3.1 Analisa Regresi Linear Sederhana.....	51
4.2.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	52
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	56
5.1 Simpulan.....	56
5.2 Saran	57

DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN.....	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Rerangka Pemikiran	21
Gambar 2 Struktur Organisasi PT. INTI Persero.....	34
Gambar 3 Histogram.....	54
Gambar 4 Pencapaian Target Penjualan.....	54

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I	Operasionalisasi Variabel.....26
Tabel II	Hasil Uji Validitas Variabel X35
Tabel III	Hasil Uji Validitas Variabel Y36
Tabel IV	Hasil Uji Validitas Lanjutan Variabel Y37
Tabel V	Hasil Uji Reliabilitas37
Tabel VI	Nilai Bobot Standar..39
Tabel VII	Tanggapan Responden Tentang Fokus Pada Pelanggan.....39
Tabel VIII	Tanggapan Responden Tentang Obsesi Terhadap Kualitas40
Tabel IX	Tanggapan Responden Tentang Pendekatan Ilmiah.....41
Tabel X	Tanggapan Responden Tentang Komitmen Jangka Panjang.....41
Tabel XI	Tanggapan Responden Tentang Kerjasama Tim.....42
Tabel XII	Tanggapan Responden Tentang Perbaikan Sistem Secara Berkesinambungan.....42
Tabel XIII	Tanggapan Responden Tentang Pendidikan dan Pelatihan.....43
Tabel XIV	Tanggapan Responden Tentang Kebebasan yang Terkendali....44
Tabel XV	Tanggapan Responden Tentang Kesatuan Tujuan.....44
Tabel XVI	Tanggapan Responden Tentang Keterlibatan dan Pemberdayaan Karyawan.....45
Tabel XVII	Bobot Rata-Rata Variabel <i>Total Quality of Management</i> (TQM).....45
Tabel XVIII	Tanggapan Responden Tentang Intensitas Bekerja yang Tinggi.....46
Tabel XIX	Tanggapan Responden Tentang Kreativitas yang Tinggi.....47
Tabel XX	Tanggapan Responden Tentang Inisiatif yang Tinggi.....47

DAFTAR TABEL (LANJUTAN)

	Halaman
Tabel XXI	Tanggapan Responden Tentang Pencapaian Sasaran Penugasan.....47
Tabel XXII	Tanggapan Responden Tentang Pencapaian Target Sesuai Spesifikasi.....48
Tabel XXIII	Tanggapan Responden Tentang Pencapaian Target Dalam Bagian yang Sama.....49
Tabel XXIV	Tanggapan Responden Tentang Pencapaian Tujuan Organisasi.....50
Tabel XXV	Bobot Rata-Rata Variabel Pencapaian Target Penjualan.....50
Tabel XXVI	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....51
Tabel XXVII	<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>53

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	Kuesioner.....	60
LAMPIRAN 2	Riwayat Hidup.....	63