

BAB IV

ANALISIS DATA

4.1 Gambaran Umum Responden

Hotel yang diteliti merupakan hotel berbintang di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hotel-hotel tersebut berbintang 1-5. Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta terdapat 65 hotel berbintang. Kuesioner TQM dikirimkan kepada 65 hotel, dari 65 responden hotel dalam penelitian ini sebanyak 20 hotel tidak mengembalikan kuesioner, 3 hotel mengembalikan kuesioner kosong dan 42 hotel mengembalikan dan terisi. Oleh karena itu, kuesioner TQM yang layak digunakan dalam analisis data sebanyak 42 buah. Rincian lengkap dari kuesioner TQM yang diberikan dan kembali adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Rincian kuesioner *Total Quality Management* yang diberikan dan kembali

	Jumlah (kuesioner)	Persentase (%)
Kuesioner yang diberikan	65	100
Kuesioner tidak kembali	20	30,77
Kuesioner kembali kosong	3	4,62
Kuesioner kembali	42	64,61

Rincian dari 42 hotel berbintang sebagai berikut:

Tabel 4.2
Rincian Hotel

No	Nama Hotel	Keterangan
1	The Cangkringan Jogja Villas & Spa Yogyakarta	Bintang 5
2	Jambuluwuk Malioboro Boutique Hotel	Bintang 5
3	Hotel The Phoenix Yogyakarta	Bintang 5
4	Grand Aston Yogyakarta	Bintang 5
5	Hotel Quality Yogyakarta	Bintang 4
6	Hotel Sahid Raya Yogyakarta	Bintang 4
7	Inna Garuda Hotel Yogyakarta	Bintang 4
8	Jogjakarta Plaza Hotel	Bintang 4
9	Saphir Hotel	Bintang 4
10	Ros In	Bintang 4
11	Cakra Kusuma	Bintang 3
12	Dusun Jogja Village In	Bintang 3
13	Gowongan Inn	Bintang 3
14	Grand Palace Yogyakarta	Bintang 3
15	Griya Persada Hotel	Bintang 3
16	Hotel Mutiara Malioboro	Bintang 3
17	LPP Convention Hotel Demangan Yogyakarta	Bintang 3
18	Jentra Dagen	Bintang 3
19	Pose In Hotel	Bintang 3

20	Amaris Hotel	Bintang 2
21	Eclipse Hotel	Bintang 2
22	Grage Hotel Yogyakarta	Bintang 2
23	Grage Ramayana Hotel	Bintang 2
24	Hotel Arjuna Yogyakarta	Bintang 2
25	Hotel Matahari Yogyakarta	Bintang 2
26	Malioboro Inn Hotel	Bintang 2
27	Rumah Palagan Yogyakarta	Bintang 2
28	Sriwedari Business & Resort Hotel	Bintang 2
29	UNY Hotel	Bintang 2
30	Edelweiss	Bintang 2
31	Pop! Hotel Tugu Yogyakarta	Bintang 2
32	Ameera Boutique Hotel	Bintang 2
33	Fave hotel	Bintang 2
34	Hotel Perwita Sari Yogyakarta	Bintang 1
35	Hotel River Castle Yogyakarta	Bintang 1
36	Hotel Srimanganti Yogyakarta	Bintang 1
37	Hotel OGH DONI Jogja (Yogya Plassa)	Bintang 1
38	Istana Batik Ratna Hotel Yogyakarta	Bintang 1
39	The Victoria Hotel	Bintang 1
40	Orlen Hotel	Bintang 1
41	Hotel Batik Yogyakarta II	Bintang 1

42	Septia Hotel Yogyakarta	Bintang 1
----	-------------------------	-----------

Kuesioner kepuasan konsumen diberikan kepada 5 konsumen dari 42 hotel yang tercantum dalam tabel 4.2. Kuesioner kepuasan konsumen berjumlah 210 buah telah diisi dengan lengkap sehingga layak digunakan dalam analisis. Kuesioner kepuasan konsumen diberikan kepada konsumen hotel untuk digunakan dalam menganalisis kepuasan konsumen pada ke-42 hotel yang bersedia menjadi sampel pada penelitian ini.

4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu pernyataan pada kuesioner dikatakan valid apabila r hitung $> 0,3$. r hitung dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlation*. Berikut ini adalah tabel uji validitas pernyataan pada kuesioner TQM dan kepuasan konsumen.

Tabel 4.3
Uji Validitas Pernyataan pada Kuesioner TQM

Pernyataan	<i>Corrected Item–Total Correlation</i>	Keterangan
1	0,344	Valid
2	0,410	Valid
3	0,303	Valid
4	0,440	Valid

5	0,350	Valid
6	0,439	Valid
7	0,663	Valid
8	0,568	Valid
9	0,681	Valid
10	0,381	Valid
11	0,619	Valid
12	0,502	Valid
13	0,529	Valid
14	0,348	Valid
15	0,556	Valid
16	0,444	Valid
17	0,361	Valid
18	0,367	Valid
19	0,344	Valid
20	0,483	Valid
21	0,605	Valid
22	0,543	Valid
23	0,542	Valid
24	0,361	Valid
25	0,679	Valid
26	0,540	Valid

27	0,574	Valid
28	0,355	Valid

Sumber : Lampiran 3

Tabel 4.4
Uji Validitas Pernyataan pada Kuesioner Kepuasan Konsumen

Pernyataan	<i>Corrected Item–Total Correlation</i>	Keterangan
1	0,726	Valid
2	0,722	Valid
3	0,676	Valid
4	0,722	Valid
5	0,719	Valid
6	0,688	Valid
7	0,759	Valid
8	0,726	Valid
9	0,757	Valid
10	0,733	Valid
11	0,739	Valid
12	0,734	Valid
13	0,802	Valid
14	0,762	Valid
15	0,768	Valid
16	0,721	Valid

17	0,731	Valid
18	0,720	Valid
19	0,767	Valid
20	0,769	Valid
21	0,814	Valid
22	0,825	Valid

Sumber : Lampiran 3

4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan *Cronbach Alpha*. Suatu daftar pernyataan dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,05. Hasil uji reliabilitas terhadap setiap variabel penelitian ditampilkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
<i>Total Quality Management</i>	0,884	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,967	Reliabel

Sumber : Lampiran 4

4.3 Statistik Deskriptif

Hasil statistik deskriptif variabel penelitian ini ditampilkakan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.6
 Statistik Deskriptif
 Nilai Rata-rata (Mean) pada Setiap Hotel

No	Nama Hotel	TQM	Kepuasan Konsumen
1	The Cangkringan Jogja Villas & Spa Yogyakarta	4,7857	5,6180
2	Jambuluwuk Malioboro Boutique Hotel	5,6429	5,6020
3	Hotel The Phoenix Yogyakarta	6,2500	6,5540
4	Grand Aston Yogyakarta	6,3214	6,3380
5	Hotel Quality Yogyakarta	6,1071	5,5180
6	Hotel Sahid Raya Yogyakarta	6,3571	5,7640
7	Inna Garuda Hotel Yogyakarta	6,1786	5,5180
8	Jogjakarta Plaza Hotel	6,5714	6,1900
9	Saphir Hotel	5,7857	5,9180
10	Ros In	5,9286	5,3920
11	Cakra Kusuma	5,8214	5,1940
12	Dusun Jogja Village In	6,5714	6,1080
13	Gowongan Inn	6,6429	6,3920
14	Grand Palace Yogyakarta	6,0357	5,3920
15	Griya Persada Hotel	7,0000	6,9160
16	Hotel Mutiara Malioboro	5,4643	4,6280
17	LPP Convention Hotel Demangan Yogyakarta	5,5714	4,8000

18	Jentra Dagen	6,8214	6,6020
19	Pose In Hotel	5,3929	4,5540
20	Amaris Hotel	5,1071	4,3900
21	Eclipse Hotel	5,5000	4,7180
22	Grage Hotel Yogyakarta	5,6071	4,8640
23	Grage Ramayana Hotel	5,7857	5,1000
24	Hotel Arjuna Yogyakarta	5,8571	5,2540
25	Hotel Matahari Yogyakarta	5,8929	5,2620
26	Malioboro Inn Hotel	6,6429	4,3720
27	Rumah Palagan Yogyakarta	5,4643	4,6080
28	Sriwedari Business & Resort Hotel	6,5357	5,1560
29	UNY Hotel	6,1071	5,4620
30	Edelweiss	4,9286	4,2380
31	Pop! Hotel Tugu Yogyakarta	4,4643	3,7540
32	Ameera Boutique Hotel	5,9286	5,4100
33	Fave hotel	5,7857	5,0640
34	Hotel Perwita Sari Yogyakarta	4,7143	3,2440
35	Hotel River Castle Yogyakarta	5,7500	4,9260
36	Hotel Srimanganti Yogyakarta	5,8571	5,2520
37	Hotel OGH DONI Jogja (Yogya Plassa)	6,5000	6,2820
38	Istana Batik Ratna Hotel Yogyakarta	6,4643	5,7920
39	The Victoria Hotel	6,2857	5,5420

40	Orlen Hotel	6,7500	4,8720
41	Hotel Batik Yogyakarta II	5,9286	5,4100
42	Septia Hotel Yogyakarta	6,1786	5,4920

Sumber : Lampiran 5

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada hotel The Cangkringan Jogja Villas & Spa Yogyakarta 4,7857. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hotel The Cangkringan Jogja Villas & Spa Yogyakarta sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen hotel The Cangkringan Jogja Villas & Spa Yogyakarta 5,6180. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada hotel The Cangkringan Jogja Villas & Spa Yogyakarta tergolong tinggi.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Jambuluwuk Malioboro Boutique Hotel 5,6429. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Jambuluwuk Malioboro Boutique Hotel sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Jambuluwuk Malioboro Boutique Hotel 5,6020. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Jambuluwuk Malioboro Boutique Hotel tergolong tinggi.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Hotel The Phoenix Yogyakarta 6,25. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Hotel The Phoenix Yogyakarta sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan

konsumen Hotel The Phoenix Yogyakarta 6,5540. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Hotel The Phoenix Yogyakarta tergolong sangat tinggi.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Hotel Grand Aston Yogyakarta 6,3214. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Hotel Grand Aston Yogyakarta sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Hotel Grand Aston Yogyakarta 6,3380. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Hotel Grand Aston Yogyakarta tergolong sangat tinggi.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Hotel Quality Yogyakarta 6,1071. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Hotel Quality Yogyakarta sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Hotel Quality Yogyakarta 5,5180. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Hotel Quality Yogyakarta tergolong tinggi.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Hotel Sahid Raya Yogyakarta 6,3571. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Hotel Sahid Raya Yogyakarta sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Hotel Sahid Raya Yogyakarta 5,7640. Berdasarkan nilai rata-rata

tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Hotel Sahid Raya Yogyakarta tergolong tinggi.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Inna Garuda Hotel Yogyakarta 6,1786. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Inna Garuda Hotel Yogyakarta sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Inna Garuda Hotel Yogyakarta 5,5180. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Inna Garuda Hotel Yogyakarta tergolong tinggi.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Jogjakarta Plaza Hotel 6,5714. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Jogjakarta Plaza Hotel sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Jogjakarta Plaza Hotel 6,1900. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Jogjakarta Plaza Hotel tergolong sangat tinggi.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Saphir Hotel 5,7857. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Saphir Hotel sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Saphir Hotel 5,9180. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Saphir Hotel tergolong tinggi.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Ros In Hotel 5,9286. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Ros In Hotel sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Ros In Hotel 5,3920. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Ros In Hotel tergolong tinggi.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Hotel Quality Yogyakarta 6,1071. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Hotel Quality Yogyakarta sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Hotel Quality Yogyakarta 5,5180. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Hotel Quality Yogyakarta tergolong tinggi.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Cakra Kusuma Hotel 5,8214. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Cakra Kusuma Hotel sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Cakra Kusuma Hotel 5,1940. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Cakra Kusuma Hotel tergolong tinggi.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Dusun Jogja Village In Hotel 6,5714. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Dusun Jogja Village In Hotel sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan

konsumen Dusun Jogja Village In Hotel 6,1080. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Dusun Jogja Village In Hotel tergolong sangat tinggi.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Gowongan Inn Hotel 6,6429. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Gowongan Inn Hotel sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Gowongan Inn Hotel 5,3920. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Gowongan Inn Hotel tergolong tinggi.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Grand Palace Yogyakarta Hotel 6,0357. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Grand Palace Yogyakarta Hotel sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Grand Palace Yogyakarta Hotel 5,3920. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Grand Palace Yogyakarta Hotel tergolong tinggi.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Girya Persada Hotel 7. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Girya Persada Hotel sudah menerapkan TQM dengan sempurna. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Girya Persada Hotel 6,9160. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Girya Persada Hotel sangat tinggi.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Hotel Mutiara Malioboro 5,4643. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Hotel Mutiara Malioboro sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Hotel Mutiara Malioboro 4,6280. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Hotel Mutiara Malioboro tergolong sedang.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada LPP Convention Hotel Demangan Yogyakarta 5,5714. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa LPP Convention Hotel Demangan Yogyakarta sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen LPP Convention Hotel Demangan Yogyakarta 4,8. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada LPP Convention Hotel Demangan Yogyakarta tergolong sedang.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Jentra Dagen Hotel 6,8214. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Jentra Dagen Hotel sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Jentra Dagen Hotel 6,6020. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Jentra Dagen Hotel tergolong sangat tinggi.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Pose In Hotel 5,3929. Berdasarkan nilai rata-

rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Pose In Hotel sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Pose In Hotel 4,5540. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Pose In Hotel tergolong sedang.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Amaris Hotel 5,1071. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Amaris Hotel sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Amaris Hotel 4,39. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Amaris Hotel tergolong sedang.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Eclipse Hotel 5,5. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Eclipse Hotel sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Eclipse Hotel 4,7180. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Eclipse Hotel tergolong sedang.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Grage Hotel Yogyakarta 5,6071. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Grage Hotel Yogyakarta sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Grage Hotel Yogyakarta 4,8640. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Grage Hotel Yogyakarta tergolong sedang.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Grage Ramayana Hotel 5,7857. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Grage Ramayana Hotel sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Grage Ramayana Hotel 5,1. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Grage Ramayana Hotel tergolong tinggi.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Hotel Arjuna Yogyakarta 5,8571. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Hotel Arjuna Yogyakarta sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Hotel Arjuna Yogyakarta 5,2540. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Hotel Arjuna Yogyakarta tergolong tinggi.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Matahari Hotel 5,8929. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Hotel Matahari Yogyakarta sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Hotel Matahari Yogyakarta 5,2620. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Hotel Matahari Yogyakarta tergolong tinggi.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Malioboro Inn Hotel 6,6429. Berdasarkan

nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Malioboro Inn Hotel sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Malioboro Inn Hotel 4,3720. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Malioboro Inn Hotel tergolong sedang.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Rumah Palagan Yogyakarta Hotel 5,4643. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Rumah Palagan Yogyakarta Hotel sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Rumah Palagan Yogyakarta Hotel 4,6080. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Rumah Palagan Yogyakarta Hotel tergolong sedang.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Sriwedari Business & Resort Hotel 6,5357. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Sriwedari Business & Resort Hotel sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Sriwedari Business & Resort Hotel 5,1560. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Sriwedari Business & Resort Hotel tergolong tinggi.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada UNY Hotel 6,1071. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa UNY Hotel sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen UNY Hotel 5,4620. Berdasarkan

nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada UNY Hotel tergolong tinggi.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Edelweiss Hotel 4,9286. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Edelweiss Hotel sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Edelweiss Hotel 4,2380. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Edelweiss Hotel tergolong sedang.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Pop! Hotel Tugu Yogyakarta 4,4643. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Pop! Hotel Tugu Yogyakarta sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Pop! Hotel Tugu Yogyakarta 3,7540. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Pop! Hotel Tugu Yogyakarta tergolong sedang.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Ameera Boutique Hotel 5,9286. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Ameera Boutique Hotel sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Ameera Boutique Hotel 5,41. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Ameera Boutique Hotel tergolong tinggi.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Fave Hotel 5,7857. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Fave Hotel sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Fave Hotel 5,0640. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Fave Hotel tergolong tinggi.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Hotel Perwita Sari Yogyakarta 4,7143. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Hotel Perwita Sari Yogyakarta sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Hotel Perwita Sari Yogyakarta 3,2440. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Hotel Perwita Sari Yogyakarta tergolong sedang.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Hotel River Castle Yogyakarta 5,75. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Hotel River Castle Yogyakarta sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Hotel River Castle Yogyakarta 4,9260. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Hotel River Castle Yogyakarta tergolong sedang.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Hotel Srimanganti Yogyakarta 5,8571. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Hotel

Srimanganti Yogyakarta sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Hotel Srimanganti Yogyakarta 5,2520. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Hotel Srimanganti Yogyakarta tergolong tinggi.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Hotel OGH DONI Jogja (Yogya Plassa) 6,5. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Hotel OGH DONI Jogja (Yogya Plassa) sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Hotel OGH DONI Jogja (Yogya Plassa) 6,2820. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Hotel OGH DONI Jogja (Yogya Plassa) tergolong sangat tinggi.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Istana Batik Ratna Hotel Yogyakarta 6,4643. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Istana Batik Ratna Hotel Yogyakarta sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Istana Batik Ratna Hotel Yogyakarta 5,7920. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Istana Batik Ratna Hotel Yogyakarta tergolong tinggi.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada The Victoria Hotel 6,2857. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa The Victoria Hotel sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen The Victoria Hotel

5,5420. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada The Victoria Hotel tergolong tinggi.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Orlen Hotel 6,75. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Orlen Hotel sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Orlen Hotel 4,8720. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Orlen Hotel tergolong sedang.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Hotel Batik Yogyakarta II 5,9286. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Hotel Batik Yogyakarta II sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Hotel Batik Yogyakarta II 5,41. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Hotel Batik Yogyakarta II tergolong tinggi.

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel 4.6 tampak bahwa nilai rata-rata penerapan TQM pada Septia Hotel Yogyakarta 6,1786. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Septia Hotel Yogyakarta sudah menerapkan TQM. Nilai rata-rata kepuasan konsumen Septia Hotel Yogyakarta 5,4920. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Septia Hotel Yogyakarta tergolong tinggi.

4.4 Analisis Regresi

Model regresi yang digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X$$

Keterangan :

Y = kepuasan konsumen

α = konstansta

β = koefisien regresi penerapan *Total Quality Management* (TQM)

X = TQM

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan diperoleh hasil regresi sebagai berikut ini:

Tabel 4.7
Hasil Analisis Regresi Sederhana

Varibel Bebas	Koefisien Regresi	T	p
Konstanta	0,326	0,347	
Penerapan TQM (X)	0,841	5,345	0,000
N = 42; R Square = 0,417 atau 41,7%; R = 0,645 atau 64,5% F = 28,567 ; p = 0,000			

Sumber: Lampiran 6

Hasil analisis regresi dalam tabel di atas dapat dituliskan dalam bentuk model matematis sebagai berikut:

$$Y = 0,326 + 0,841X$$

Hasil analisis regresi linear dapat diartikan: (1) besarnya rata-rata kepuasan konsumen perusahaan sampel yang tidak terpengaruh oleh tinggi rendahnya skor penerapan TQM adalah 0,326%, (2) apabila skor penerapan TQM meningkat 1 satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat 0,841%.

Koefisien determinasi dari model regresi tersebut R Square sebesar 41,7%. Hal tersebut dapat diartikan bahwa tinggi rendahnya kepuasan konsumen sebesar 41,7% ditentukan oleh tinggi rendahnya skor penerapan TQM sedangkan 58,3% ditentukan oleh faktor-faktor selain penerapan TQM yang tidak tercakup dalam penelitian ini. R pada hasil analisis regresi adalah 64,5%. Ini artinya, hubungan kepuasan konsumen dengan penerapan TQM kuat dan searah. Nilai “+” (positif) artinya bila penerapan TQM ditingkatkan maka tingkat kepuasan konsumen akan meningkat. Demikian sebaliknya.

4.5 Pengujian Hipotesis

Hipotesis penelitian ini menduga bahwa penerapan Total Quality Management (TQM) berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen. formulasi dari hipotesis dapat ditulis sebagai berikut:

Ho: $\beta=0$ Penerapan Total Quality Management tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada hotel berbintang di Daerah Istimewa Yogyakarta

Ha: $\beta\neq 0$ Penerapan Total Quality Management berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada hotel berbintang di Daerah Istimewa Yogyakarta

Pengujian hipotesis menggunakan hasil analisis regresi linear. Kriteria pengujian hipotesis adalah: jika koefisien regresi (β) memiliki nilai probability value (p) $< 5\%$ maka Ha diterima dan Ho ditolak. Namun

koefisien regresi (β) memiliki nilai probability value (p) $> 5\%$ maka H_a ditolak dan H_o diterima.

Berdasarkan hasil analisis regresi yang disajikan dalam tabel 4.5 nilai koefisien regresi (β)=0,841 memiliki nilai $p = 0,000$. $0,000 < 0,5\%$, maka H_a diterima. Dengan diterima H_a dari pengujian hipotesis berarti penerapan *Total Quality Management* berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen. Positif artinya perubahan kepuasan konsumen tersebut searah dengan perubahan penerapan TQM, semakin tinggi penerapan TQM maka kepuasan konsumen semakin meningkat.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Mehra & Ranganathan (2008) bahwa pada industri dengan kebudayaan berbeda menunjukkan penerapan TQM berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini juga mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan Adi dan Fajarwati pada jasa kereta api bahwa penerapan TQM berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, serta penelitian yang telah dilakukan oleh Chamchong & Wonglorsaichon (2010) bahwa TQM mempunyai hubungan positif dengan kepuasan konsumen di industri jasa dan TQM dapat diterapkan pada negara berkembang.