

HUBUNGAN ANTARA KINERJA KUALITAS, KINERJA KEUANGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN

Dwi Handayani

Jurusan Akuntansi

Universitas Widya Mandala Madiun

ABSTRACT

The purpose of this study is to investigate the influence of quality performance on both financial performance and customer satisfaction, and the impact of customer satisfaction on financial performance.

The data used in this study were collected from financial, production and marketing managers of manufacture company with SNI. The data collecting was done by mail survey of 1250 questionnaires. The questionnaires applied for analysis were 149 in number. Analysis was conducted by the use of SEM with AMOS ver 5.0

The analysis result indicates that (1) quality performance has a positive relationship with the customer satisfaction, (2) quality performance has a positive relationship with financial performance, and (3) customer satisfaction has no relationship with financial performance.

Key Words : *quality performance, customer satisfaction, financial performance.*

A. Pendahuluan

1. Latar Belakang Masalah

Kualitas produk akan mempengaruhi perubahan sifat dan intensitas perusahaan. Perubahan penting dalam intensitas persaingan bisnis yang semakin ketat, telah menuntut perusahaan untuk dapat menemukan berbagai cara baru dalam mengatur, mengukur, dan mengendalikan operasional perusahaan. Selain itu, perusahaan juga dituntut untuk dapat menemukan ukuran non keuangan, sebagai nilai yang akan mengarahkan perusahaan untuk mencapai kesuksesan dalam lingkungan persaingan yang baru (Ittner dan Larcker, 1998). Ukuran non keuangan juga dapat dipakai untuk mengkomunikasikan hubungan antara tindakan para karyawan dengan tujuan organisasi, serta untuk mengalokasikan sumber

daya yang diprioritaskan pada pencapaian tujuan perusahaan. Hasil penelitian Ittner dan Larcker (1995) menunjukkan hubungan yang signifikan antara kinerja kualitas sebagai bentuk praktik TQM terhadap kinerja keuangan.

Penelitian Maiga dan Jacob (2005) menguji hubungan antar masing-masing komponen sistem pengendalian (sasaran, umpan balik, dan insentif) terhadap kinerja kualitas dan terhadap variabel lain, yaitu kepuasan pelanggan dan kinerja keuangan. Hasilnya menggambarkan adanya hubungan yang positif antara komponen sistem pengendalian manajemen terhadap kinerja kualitas dan terhadap kepuasan pelanggan dan kinerja keuangan.

Dengan tercapainya kinerja kualitas pada perusahaan manufaktur diharapkan dapat mempengaruhi loyalitas

pelanggan yang ditandai dengan adanya tingkat kepuasan pelanggan tinggi dan menunjukkan kinerja keuangan yang baik. Berdasarkan latar belakang diatas penelitian ini akan menguji : **“Hubungan antara Kinerja Kualitas, Kinerja Keuangan, dan Kepuasan Pelanggan.”**

2. Perumusan Masalah

Masalah yang diteliti, selanjutnya dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut :

- a. Apakah kinerja kualitas mempunyai hubungan terhadap kinerja keuangan.
- b. Apakah kinerja kualitas mempunyai hubungan terhadap kepuasan pelanggan
- c. Apakah kepuasan pelanggan mempunyai hubungan terhadap kinerja keuangan

3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah, penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut :

- a. Menguji dan menemukan bukti empiris hubungan kinerja kualitas terhadap kinerja keuangan.
- b. Menguji dan menemukan bukti empiris hubungan kinerja kualitas terhadap kepuasan pelanggan.
- c. Menguji dan menemukan bukti empiris hubungan kepuasan pelanggan terhadap kinerja keuangan.

4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu akuntansi, terutama yang berkaitan dengan akuntansi keperilakuan. Temuan penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis untuk organisasi dalam menerapkan sistem pengendalian manajemen.

B. Tinjauan Pustaka

1. Kepuasan Pelanggan dan Kinerja Keuangan sebagai Ukuran Kinerja Kualitas Perusahaan

Sistem pengukuran kualitas secara tradisional dibedakan menjadi empat kategori menurut Juran dan Gyrona (dalam Maiga dan Jacob, 2005) adalah : (1) program pencegahan terhadap pemeliharaan peralatan, (2) program penilaian yang termasuk pemeriksaan formal, pengujian dan audit kualitas yang bertujuan untuk tingkat kualitas pemeliharaan, (3) kegagalan internal yang meliputi barang sisa dan pengerjaan ulang yang timbul dari permasalahan kualitas yang dapat dideteksi secara internal, dan (4) kegagalan eksternal yang meliputi garansi, penggantian, dan servis pelanggan yang timbul dari kegagalan kualitas dari tangan pelanggan. Pengujian secara empirik berfokus kepada kegagalan internal dan eksternal serta meneliti hubungan antara dua pengukuran kualitas dan hubungan dengan bisnis unit dalam kinerja keuangan.

Dengan adanya kemampuan perusahaan manufaktur untuk memproduksi produk yang sesuai dengan kualitas dengan biaya produksi yang ekonomis (Crosby, 1979). Kemudian pengukuran kualitas memasukan biaya kegagalan internal (Dawson dan Patrickson, 1991; Ahire, 1996). Meskipun demikian produk yang berkualitas dalam pengujian secara internal yang dapat dipercaya mempengaruhi pelanggan yang memakai produk tersebut (Ahire dan Dreyfus, 2000). Kinerja dan keandalan produk dapat mempengaruhi kualitas eksternal sebagai indikator kepuasan pelanggan (misalnya adanya komplain, garansi, dan tuntutan secara hukum), kepuasan berhubungan dengan perspektif pelanggan terhadap produk yang dipakai (Hardie, 1998).

2. Hubungan antara Kinerja Kualitas dengan Kepuasan Pelanggan

Penguasaan pasar secara luas dan kinerja bisnis dapat ditingkatkan melalui perbaikan kualitas produk yang merupakan revolusi kualitas saat ini. Kualitas produk melalui pengujian internal mempengaruhi eksperimen terhadap pelanggan yang menggunakan produk melalui dua cara, yaitu: (1) Pelanggan merasa kualitas produk berkaitan dengan *Net Value* dan (2) Pelanggan berkeinginan untuk membelanjakan uangnya dalam jumlah terbatas karena adanya suatu batasan anggaran, pelanggan mempunyai kecenderungan akan memilih produk yang ditawarkan dengan capaian maksimum atas uang yang dikorbankan (Ahire dan Dreyfus, 2000).

Pelanggan akan membentuk kesan tentang produk perusahaan berdasarkan pengalaman atas produk tersebut (Garvin, 1987). Dengan demikian kemungkinan pelanggan mengukur kualitas eksternal dalam membentuk kepuasan yang dirasakan. Secara khusus biaya untuk barang sisa dan pengerjaan ulang akan mempengaruhi kualitas eksternal (Ahire dan Dreyfus, 2000). Penelitian Hardie (1998) menyatakan bahwa kinerja produk mempengaruhi kualitas eksternal dengan indikator kepuasan pelanggan (komplain, garansi, dan jaminan hukum) dan persentase yang rendah untuk mendeteksi produk akan menguatkan hal yang positif atas pengalaman pelanggan. Maiga dan Jacobs (2005) menyatakan bahwa kualitas produk mengenai pengujian internal yang dapat dipercaya mempengaruhi pengalaman pelanggan atas produk yang digunakan. Harapan adanya hubungan positif antara kinerja kualitas dan kepuasan pelanggan adalah konsisten dengan *Expectation Theory*.

Cronin dan Taylor (1992) menemukan adanya hubungan yang kuat dan positif antara kualitas dan kepuasan.

3. Hubungan antara Kinerja Kualitas dengan Kinerja Keuangan

Menurut Nagar dan Rajan (2001) hubungan antara penjualan yang akan datang diukur dengan ukuran non keuangan (barang rusak dan ketepatan pengiriman) dan keuangan (biaya kegagalan internal dan eksternal) untuk mengukur kualitas perusahaan manufaktur. Untuk penjualan yang akan datang ukuran kedua-duanya bersifat menjelaskan dalam regresi yang dikombinasikan yang melengkapi satu dengan yang lain.

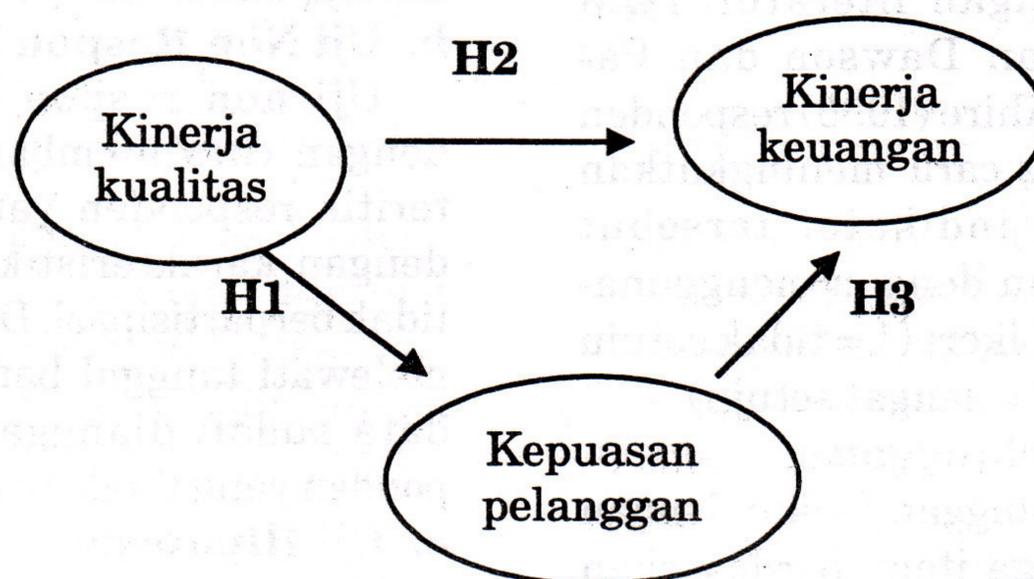
4. Hubungan antara Kepuasan Pelanggan dengan Kinerja Keuangan

Peningkatan ukuran non keuangan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan merupakan harapan untuk menghasilkan pendapatan yang tinggi (Fornell, 1992; Hauser *et al.* 1994 dalam Maiga dan Jacobs, 2005). Semakin sedikit klaim garansi atas bahan dan tenaga kerja yang diperlukan untuk memperbaiki barang cacat dan rendahnya biaya produksi dapat digunakan sebagai biaya yang menguntungkan untuk meningkatkan *margin profit* atau menurunkan harga yang dapat meningkatkan penjualan. Meningkatnya kepuasan pelanggan secara tidak langsung akan meningkatkan loyalitas pelanggan, elastisitas harga rendah, adanya penyekatan pelanggan saat ini dari usaha-usaha kompetisi, dan berpotensi untuk menarik pelanggan baru karena reputasi meningkat dan potensial untuk meningkatkan pendapatan (Fornell, 1992; Hauser *et al.* 1994 dalam Maiga dan Jacobs, 2005).

Parera *et al.* (1997) menemukan bahwa ukuran non keuangan digunakan untuk menghubungkan kinerja keuangan yang tinggi yang diikuti dengan kepuasan pelanggan. Ittner dan Larcker (1998) menguji hubungan antara kepuasan pelanggan dan kinerja perusahaan yang menggunakan data dari tingkat pelanggan, unit bisnis, dan

tingkat perusahaan. Foster dan Gupta (dalam Maiga dan Jacobs, 2005) menemukan hubungan positif dan tidak signifikan antara kepuasan pelanggan yang diukur secara individu terhadap layanan distributor dan keuntungan pelanggan di masa yang akan datang.

5. Kerangka Pemikiran Teoritis



C. Pengajuan Hipotesis

Hipotesis yang diajukan adalah ditulis dalam bentuk alternatif:

- H1 : Kinerja kualitas berhubungan positif dengan kepuasan pelanggan.
- H2 : Kinerja kualitas berhubungan positif dengan kinerja keuangan
- H3 : Kepuasan pelanggan berhubungan positif dengan kinerja keuangan

D. Metode Penelitian

1. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer berasal dari kuesioner yang dikuantifikasikan dengan tujuh skala Likert untuk mengukur kinerja kualitas, kinerja keuangan, dan kepuasan pelanggan.

b. Sumber Data

Sumber data berdasarkan pada kuisisioner yang dikembalikan oleh

responden. Adapun responden dalam penelitian ini adalah manajer keuangan, produksi, dan pemasaran pada perusahaan manufaktur yang Standar Nasional Indonesia.

2. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian ini adalah manajer keuangan, produksi, dan pemasaran pada perusahaan manufaktur di Indonesia yang berstandar Nasional Indonesia. Prosedur penentuan sampel dilakukan dengan metode *convenience sampling* karena jumlah manajer tiap-tiap perusahaan manufaktur yang mempunyai SNI tidak diketahui sebelumnya, sehingga ada kebebasan dalam memilih sampel. Adapun alasan penggunaan sampel perusahaan manufaktur dengan Standar Nasional Indonesia (SNI) karena perusahaan tersebut telah memenuhi kriteria standar yang diberikan oleh Badan Standardisasi Nasional sebagai perusahaan telah mencapai kinerja kualitas.

3. Definisi Variabel dan Pengukuran Variabel

a. Kinerja Kualitas

Kinerja kualitas diukur dengan menggunakan empat indikator, yaitu (1) rata-rata barang sisa, (2) rata-rata pengerjaan ulang, (3) rata-rata barang cacat, dan (4) produk internal sebelum pengiriman yang dapat diuji. Didasarkan atas dukungan literatur TQM dalam penelitian Dawson dan Patrickson (1991), Ahire (1996) responden ditanyai tentang cara meningkatkan pelaporan dari indikator tersebut selama tiga tahun dengan menggunakan tujuh skala Likert (1 = tidak setuju sampai dengan 7 = sangat setuju)

b. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan diukur dengan menggunakan tiga item, berdasarkan penelitian (Ahire dan Dreyfus, 2000; Sim dan Killough, 1998). Responden disediakan jawaban dengan tujuh skala Likert (1 = penurunan yang sangat rendah sampai dengan 7 = penurunan yang sangat tinggi). Informasi yang luas dengan adanya penurunan selama tiga tahun, meliputi (1) adanya klaim terhadap produk atau garansi, (2) adanya jaminan hukum terhadap produk, (3) adanya komplain dari pelanggan.

c. Kinerja Keuangan

Dasar pengukuran kinerja keuangan pada jumlah instrumen yang digunakan Chenhall (1997) dan mengadopsi dari Swamidess dan Newell (1987) dalam Maiga dan Jacobs (2005). Dengan menggunakan tujuh skala Likert, responden diminta untuk menilai kinerja masing-masing sub unit pada tiga tahun terakhir selanjutnya industri tersebut dihitung dalam tiga dimensi, yaitu (1) rata-rata pertumbuhan penjualan, (2) profitabilitas, dan (3) tingkat pengembalian aset.

4. Teknik Analisis

a. Uji Kualitas Data

Uji kualitas data meliputi uji reliabilitas dan validitas. Ketepatan pengujian suatu hipotesa sangat tergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut. Uji tersebut masing-masing untuk mengetahui konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan dari penggunaan data.

b. Uji Non Respon Bias

Uji non respon bias dilakukan dengan cara membandingkan karakteristik responden yang berpartisipasi dengan karakteristik responden yang tidak berpartisipasi. Data yang diterima melewati tanggal batas pengumpulan data sudah dianggap mewakili responden yang tidak menjawab kuisioner.

c. Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dengan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) AMOS ver 5.0.

Tahapan pemodelan dan analisis persamaan struktural Hair *et al.* (1995) adalah :

1. Pengembangan model secara teoritis
2. Menyusun diagram alur (*Path diagram*)
3. Mengubah diagram alur menjadi persamaan struktural
Persamaan struktural yang terbentuk adalah :

$$CS = \beta_5 QP + Z_2$$

$$FP = \beta_6 QP + \beta_7 CS + Z_3$$

4. Memilih matrik input untuk analisis data
5. Menilai identifikasi model
6. Menilai Kriteria *Goodness of fit*
Langkah yang harus dilakukan sebelum menilai kelayakan dari model struktural adalah menilai apakah data yang akan diolah memenuhi asumsi model persamaan struktural.

Tabel 1.
Goodness of fit Index

GOODNESS OF FIT INDEX	Recommended Value for good fit model
Chi square (χ^2)	Lebih kecil dari χ^2 tabel
Signifikacanced Probability	> 0,05
RMSEA	≤ 0,08
GFI	≥ 0,09
CMIN / DF	≤ 2,00
TLI	≥ 0,95
CFI	≥ 0,95
AGFI	≥ 0,90

7. Interpretasi dan modifikasi model
Setelah model dinyatakan diterima maka dapat dipertimbangkan dilakukan modifikasi model untuk memperbaiki penjelasan teoritis atau *goodness of fit*.

8. Pengujian Hipotesis
Untuk menguji hipotesis melalui pengamatan terhadap nilai *regression weight* pada kolom C.R yang dihasilkan oleh program AMOS Ver 5.0. Nilai *Critical Ratio* (CR) dibandingkan dengan nilai kritisnya yaitu ± 1,96 dengan tingkat signifikansi

0,05. Apabila nilai CR pada hubungan kausalitas variable menunjukkan probabilitas kurang dari 0,05 maka hipotesis nol dapat ditolak dan menerima hipotesis alternative.

E. Hasil dan Pembahasan

1. Gambaran Umum Responden

Responden penelitian adalah manajer keuangan, manajer pemasaran, dan manajer produksi. Ringkasan jumlah pengiriman dan pengembalian kuesioner dalam penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 2

Tabel 2.
Rincian Pengembalian Kuesioner

Keterangan	Jumlah	Total
Pengiriman pertama	600	
Pengiriman kedua	650	
Total kuesioner yang dikirim		1.250
Kuesioner yang kembali dan tidak sampai pada pengiriman pertama	23	
Kuesioner yang kembali dan tidak sampai pada pengiriman kedua	31	-54
Total kuasioner yang sampai		1.196
Kuesioner yang sampai sebelum tanggal <i>cutoff</i>		
- pengiriman pertama	68	
- pengiriman kedua	77	
Total kuesioner yang dikembali sebelum tanggal <i>cutoff</i>		145

Kuesioner yang kembali sesudah tanggal <i>cutoff</i>		
- pengiriman pertama	11	
- pengiriman kedua	16	
Total kuesioner yang kembali sesudah tanggal <i>cutoff</i>		27
Total kuesioner yang kembali		
- pengiriman pertama	79	
- pengiriman kedua	93	
Total kuesioner yang kembali		172
Kuesioner yang tidak digunakan (bukan responden yang dimaksud)		
- pengiriman pertama	9	
- pengiriman kedua	14	23
Total kuesioner yang digunakan		149
Tingkat pengembalian (<i>response rate</i>) (172/1250 x 100%)		13,76%
Tingkat pengembalian yang digunakan (<i>usable response rate</i>) (149/1250 x 100%)		11,92%

Sumber : Data primer diolah 2006

Tanggal *cutoff* keterlambatan kuesioner melalui pos pada pengiriman pertama adalah tanggal 14 September 2006, sedangkan pada pengiriman kedua adalah tanggal 10 Oktober 2006. Kuesioner yang kembali sebelum tanggal *cutoff* sebanyak 145 kuesioner, terdiri atas 68 kuesioner pada pengiriman pertama dan 77 kuesioner pada pengiriman kedua. Untuk mengantisipasi adanya perbedaan respon atas jangka waktu pengambilan, akan

dilakukan uji *non response bias*. Uji *response bias* dilakukan antara respon jawaban yang dikirim melalui pos sebelum dan sesudah tanggal *cut-off*.

Profil responden penelitian akan disajikan pada Tabel 3, meliputi jenis kelamin, pendidikan, lama bekerja, lama menjabat sebagai manager, kedudukan, jumlah karyawan, jumlah penjualan tahun 2005 dan waktu mendapat SNI.

Tabel 3.
Profil responden

Keterangan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Perempuan	36	24,2
Pria	113	75,8
Pendidikan		
SMU	3	2

Akademi	3	2
D3	16	10,7
S1	118	79,2
S2	9	6
Lama Bekerja		
<5 tahun	9	6
6 – 10 tahun	87	58,4
>11 tahun	53	35,6
Lama menjabat manajer		
<1 tahun	5	3,4
2-5 tahun	43	28,9
>6 tahun	101	67,8
Kedudukan		
Manajer keuangan	89	59,7
Manajer pemasaran	28	18,8
Manajer produksi	32	21,5
Jumlah Karyawan		
<100 orang	18	12,1
100 – 500 orang	122	81,9
500 – 1000 orang	6	4
> 1000 orang	3	2
Jumlah penjualan		
< Rp 50 juta	12	8,1
Rp50 juta – Rp 100 juta	93	62,4
Rp Rp100 juta – Rp500 juta	8	5,4
>Rp 500 juta	36	24,2
Lamanya mendapatkan SNI		
1-3 tahun	5	3,4
4-6 tahun	30	20,1
>6 tahun	114	76,5

Sumber: *Output SPSS, 2006*

2. Uji Kualitas Data

Uji kualitas data meliputi reliabilitas dan uji validitas. Uji reliabilitas dilakukan dengan uji *cronbach alpha* menggunakan SPSS. Suatu konstruk

dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* >0,60 (Nunnaly dalam Imam, 2005). Hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4.
Hasil uji reliabilitas

No	Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1	Kinerja kualitas	0,861	Reliabel
2	Kepuasan pelanggan	0,822	Reliabel
3	Kinerja keuangan	0,949	Reliabel

Sumber: *Output* SPSS, 2006

Uji validitas dilakukan dengan melakukan korelasi *bivariate* (*pearson correlation*) antara masing-masing skor

indikator dengan total skor konstruk. Hasil dari uji validitas dapat dilihat pada Tabel 5

Tabel 5.
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Kisaran Korelasi	Signifikansi	Keterangan
1	Kinerja kualitas	0,774 – 0,877	0,01	Valid
2	Kepuasan pelanggan	0,852 – 0,861	0,01	Valid
3	Kinerja keuangan	0,936 – 0,965	0,01	Valid

Sumber: *Output* SPSS, 2006

3. Uji *Non-Response Bias* (*T-Test*)

Pengujian *non-response bias* dilakukan dengan tujuan untuk melihat apakah jawaban kuesioner yang dikembalikan responden sebelum tanggal yang ditetapkan sebagai batas keterlambatan, yaitu tanggal 14 September 2006 pada pengiriman pertama dan tanggal 10 Oktober 2006 pada pengiriman kedua dengan jawaban responden terlambat

mengembalikan kuesioner (*non-response*) berbeda.

Uji *non-response bias* dilakukan dengan *independent sample t test*. Untuk melihat perbedaan yang signifikan antara varian populasi kedua sampel tersebut dapat dilihat nilai *Levene's Test for Equality of variance*. Rekapitulasi hasil uji *non response bias* berdasarkan tanggal *cutoff* dapat dilihat pada Tabel 6A dan 6B.

Tabel 6A.
Pengujian *Non Response Bias* Berdasarkan Tanggal *cutoff* 14 September 2006

Variabel	Sebelum <i>Cutoff</i> (n =)		Sesudah <i>Cutoff</i> (n =)		<i>Levene's-test for equality of variances</i>	
	Rata-rata	SD	Rata-rata	SD	F	P-value
QP	22,90	3,293	22,09	2,386	1,025	0,315
CS	5,75	2,862	7,18	2,714	0,026	0,871
FP	12,79	4,566	10,82	3,790	0,448	0,505

Sumber: *Output* SPSS, 2006

Tabel 6B.
Pengujian *Non Response Bias* Berdasarkan Tanggal *cutoff* 10 Oktober 2006

Sebelum <i>Cutoff</i> (n =)			Sesudah <i>Cutoff</i> (n =)		<i>Levene's-test for equality of variances</i>	
Variabel	Rata-rata	SD	Rata-rata	SD	F	P-value
QP	23,16	3,380	24,63	2,655	0,690	0,408
CS	6,08	2,459	4,94	1,652	2,020	0,159
FP	12,64	3,947	13,44	3,932	0,000	0,995

Sumber: *Output SPSS, 2006*

Keterangan :

QP : *Quality Performance* (kinerja kualitas)

CS : *Customer Satisfaction* (kepuasan pelanggan)

FP : *Financial Performance* (kinerja keuangan)

Kesimpulan yang dapat diambil pada pengujian *non response bias* pengiriman sebelum dan setelah tanggal *cutoff* menunjukkan tidak ada perbedaan yang signifikan, oleh karena itu dapat diolah secara bersama-sama.

4. Deskripsi Variabel

Gambaran mengenai variabel-variabel penelitian kinerja kualitas, kepuasan pelanggan, dan kinerja keuangan disajikan dalam tabel statistik deskriptif yang menunjukkan angka kisaran teoritis dan sesungguhnya, rata-rata standar deviasi dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7.
Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

VARIABEL	TEORITIS		SESUNGGUHNYA		
	KISARAN	MEAN	KISARAN	MEAN	SD
QP	4-28	16	14-28	23,26	3,297
CS	3-21	12	3-17	5,81	2,593
FP	3-21	12	3-21	12,65	4,257

Sumber: *Output spss, 2006*

5. Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian *full structural equation model* sebagaimana yang

nampak pada Tabel 8 yang menunjukkan *goodness of fit indices* yang baik.

Tabel 8.
Goodness of fit indices
Full model structural equation model

Goodness of fit index	Cut off Value	Hasil Model	Keterangan
Chi-Square		107,324	
Probabilitas	≥ 0.05	0.001	Kurang baik
CMIN/DF	≤ 2.00	1,651	Baik
GFI	≥ 0.90	0,912	Baik
AGFI	≥ 0.90	0,857	Marginal
TLI	≥ 0.95	0,941	Baik
CFI	≥ 0.90	0,958	Baik
RMSEA	≤ 0.08	0,066	Baik

Sumber : Data diolah, 2006

Pada Tabel 8 terlihat bahwa nilai *chi square* 107,324 masih menunjukkan nilai yang besar dan nilai probabilitasnya masih 0,01 (dibawah 0,05), maka hipotesis nol atas full model ditolak. Hasil pengujian *full structural equation model* menghasilkan nilai probabilitas di bawah 0,05 dengan nilai *chi square* 107,324 namun indeks yang lain GFI, AGFI, TLI, CFI dan RMSEA menunjukkan nilai yang mendekati fit. Hair (1995) menyatakan "*X² (x kuadrat) measure is that too sensitive to sample size differences, especially in case where the sample is exceeds 200 respondent*". Nilai *chi square* yang masih besar disebabkan karena jumlah sampel dalam penelitian ini sedikit yaitu 149 responden.

Indeks GFI (0,912) sudah fit karena sesuai dengan *rule of thumb* ($\geq 0,90$). Indeks AGFI (0,857) sudah mendekati

fit karena sudah sesuai dengan *rule of thumb* ($\geq 0,90$). Sedangkan indeks TLI yaitu 0,941 dan CFI sebesar 0,958 sudah sesuai dengan *rule of thumb* yaitu $\geq 0,95$. Untuk RMSEA sebesar 0,066 sudah sesuai dengan *rule of thumb* yaitu $\leq 0,08$. Penilaian model fit tidak didasarkan oleh nilai *chi-square* saja melainkan dengan memperhatikan indeks-indeks utama yang lain (Hair,1998). Dengan melihat nilai *chi-square*, model belum menunjukkan penerimaan hipotesis nol namun dengan melihat indeks yang lain (GFI, AGFI, CFI, TLI dan RMSEA), model adalah *marginalli acceptable at best*, karena nilai indeks utama yang mendekati nilai *cutoff* yang ditentukan. Untuk menguji hipotesis yang diajukan, dapat dilihat besarnya *Critical Ratio* dan probabilitas pada *output regression weights* berikut pada Tabel 9

Tabel 9.
Full Model Regression Weights

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Keputusan
CS <--- QP	0,350	0,092	3,789	***	Positif dan signifikan
FP <--- CS	0,145	0,217	0,671	0,502	Positif dan tidak signifikan
FP <--- QP	0,620	0,178	3,495	***	Positif dan signifikan

Hipotesis 1

Hipotesis H1 menyatakan bahwa kinerja kualitas berhubungan positif dengan kepuasan pelanggan

Hasil uji terhadap parameter estimasi (*standardized regression weight*) antara kinerja kualitas (*Quality Performance-QP*) terhadap kepuasan pelanggan (*Customer satisfaction-CS*) menunjukkan ada pengaruh positif 0,350 dengan nilai *critical ratio* (CR) sebesar 3,789 dan nilai *p-value* ***. Nilai CR tersebut berada jauh di atas nilai kritis $\pm 1,96$ dengan tingkat signifikansi *** (artinya signifikan), yaitu *p* berada di bawah nilai signifikan 0,05. Dengan demikian hipotesis kesatu dapat diterima. Hal ini tidak mendukung penelitian Gale (1994), Maiga dan Jacob (2005).

Penerimaan hipotesis 1 tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi kinerja kualitas, maka semakin tinggi kepuasan pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang mempunyai standar Nasional yang baku, mempunyai jumlah klaim, tuntutan hukum, dan komplain produk yang menurun. Hal ini mengindikasikan kepuasan pelanggan yang tinggi.

Hipotesis 2

Hipotesis H2 menyatakan bahwa kinerja kualitas berhubungan positif dengan kinerja keuangan

Hasil uji terhadap parameter estimasi (*standardized regression weight*) antara kinerja kualitas (*Quality Performance-QP*) terhadap kinerja keuangan (*Financial performance-FP*) menunjukkan ada pengaruh positif 0,620 dengan nilai *critical ratio* (CR) sebesar 3,495 dan nilai *p-value* ***. Nilai CR tersebut berada di atas nilai kritis $\pm 1,96$ dengan tingkat signifikansi *** (artinya signifikan) yaitu *p* berada di bawah nilai

signifikan 0,05. Dengan demikian hipotesis kedua dapat diterima. Hal ini sesuai dengan penelitian Benh dan Riley (1999) dan Maiga dan Jacobs (2005).

Penerimaan Hipotesis 2 mengindikasikan bahwa semakin tinggi kinerja kualitas maka akan semakin tinggi kinerja keuangan. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang mempunyai standar Nasional yang baku, mempunyai kinerja kualitas yang tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa kinerja kualitas tinggi akan berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

Hipotesis 3

Hipotesis H3 menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berhubungan positif dengan kinerja keuangan.

Hasil uji terhadap parameter estimasi (*standardized regression weight*) antara kepuasan pelanggan (*Customer satisfaction-CS*) terhadap kinerja keuangan (*Financial Performance-FP*) menunjukkan ada pengaruh positif 0,145 dengan nilai *critical ratio* (CR) sebesar 0,671 dan nilai *p-value* ***. Nilai CR tersebut berada pada nilai kritis $\pm 1,96$ dengan tingkat signifikansi 0,502 (artinya tidak signifikan), yaitu *p* berada di atas nilai signifikan 0,05. dengan demikian hipotesis ketiga tidak dapat diterima. Hal ini mendukung penelitian Maiga dan Jacobs (2005).

Penolakan hipotesis 3 tersebut mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan tidak berpengaruh secara signifikan dengan kinerja keuangan. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang mempunyai standar Nasional yang baku, mempunyai jumlah klaim, tuntutan hukum, dan komplain produk yang menurun tidak mempengaruhi kinerja keuangannya, akan berbeda hasilnya apabila diterapkan pada perusahaan yang belum mempunyai standar Nasional yang baku.

F. Kesimpulan, Keterbatasan dan Saran

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Kinerja kualitas berhubungan positif dengan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Gale (1994) dan Maiga dan Jacobs (2005).
- b. Kinerja kualitas berhubungan positif dengan kinerja keuangan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Behn dan Riley (1999) dan Maiga dan Jacobs (2005).
- c. Kepuasan pelanggan tidak berhubungan dengan kinerja keuangan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Maiga dan Jacobs (2005).

2. Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan di antaranya :

- a. Instrumen pengukuran variabel penelitian digunakan dengan menterjemahkan instrumen penelitian sebelumnya, yaitu Maiga dan Jacobs (2005), sehingga kemungkinan ada perbedaan latar belakang budaya dan karakteristik responden yang mengakibatkan perbedaan

pemahaman. Kemungkinan juga responden salah mempersepsikan maksud yang sebenarnya.

- b. Responden penelitian terbatas pada para manager keuangan, produksi, dan pemasaran yang bekerja pada perusahaan manufaktur dengan SNI.
- c. Banyak responden yang sudah gulung tikar (bangkrut) dan pindah tempat tetapi masih terdaftar dalam Sekretariat Badan Standarisasi Nasional.

3. Saran

- a. Instrumen pengukuran variabel penelitian digunakan dengan menterjemahkan instrumen penelitian sebelumnya yaitu Maiga dan Jacobs (2005), sebaiknya penelitian yang akan datang mengkaji kembali hasil terjemahan instrumen penelitian tersebut.
- b. Penelitian yang akan datang sebaiknya menambah jumlah sampel, sehingga dapat menghasilkan model yang lebih fit.
- c. Sampel yang digunakan tidak hanya pada manager keuangan, pemasaran, dan produksi pada perusahaan manufaktur dengan SNI tetapi dikembangkan dengan perusahaan dengan ISO.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahira S.L. 1996. TQM age versus quality : Empirical investigation. *Production and Inventory Management Journal*.37 (1) 18-23
- Ahira S.L. and P. Dreyfus, 2000. the impact of design management and process management on quality : A empirical investigation. *Journal of operation Management* 18 : 549-575.
- Behn,B and R. Riley.1999. Using non financial information to predict financial performance. The case of the US air line Industry. *Journal of Accounting, Auditing and Financial* 14 : 29-56.

- Cronin.J.Jr. and S.A. Taylor. 1992. Measuring service quality ; A re examination and extension. *Journal of marketing* 56 (3) : 55-68.
- Crosby P.B.1979. *Quality is free*. New York, NY.Mc graw-Hill.
- Dawson P and M. Patricson. 1991. Total Quality Manajemen in Australian banking industry. *International Journal of Quality and reliability Management* 8 (5) : 66-76
- Garvin.D.A. 1987. Competing on the eight dimension of quality. *Harvard Business Review* 65 (6) : 101-109.
- Gale,B.T.1994. Customer satisfaction relative to competitors is where it is at strong evidence that superior quality drives the bottom line and shareholder value : *Marketing and Research to day* 22 91) ; 39-53
- Hair.F.J, Anderson, R.E and Black.W.C.1995. *Multivariate Data Analysis with Reading*. Prentice Hall, Four Edition.
- Hardie. N. 1998 The effects of quality on business performance. *Quality management journal* 5(3): 65-68.
- Ittner. D.C dan Larcker. F.D. 1995. Total qua;ity management and the choice of information and reward systems. *Journal for accounting Research* 1-34.
- _____. 1998. Innovations in Performance Measurement : Trends and Research Implications. *Journal of Management Accounting Research* (10) : 205 – 238.
- Imam Ghozali. 2005. *Model Persamaan Struktural*. Badan Penerbitan UNDIP.
- Maiga S. Adam dan Jacobs A. Fred. 2005. Antecedents and Consequences of Quality Performance. *Behavioral Research in Accounting* 17 : 111 – 131
- Nagar.V and M.V Rajam. 2001. The revenue implication of financial and operational measures of product quality. *The Accounting Review* 76 (4) : 495-513.
- Parera. H and Poole. 1997. Customer – Focused Manufacturing Strategy and the Use of Operation – Based non financial Performance Measures : a Research Note. *Accounting, Organizations and Society* 22 : 557 – 572.
- Sim. K.L and Killough. N.L. 1998. The Performance Effects of Complementarities Between Manufacturing *Practices and Management Accounting Systems*. *Journal of Management Accounting Research* 10 : 325 – 346.