

# PENGARUH PENERAPAN *TOTAL QUALITY MANAGEMENT* (TQM) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA AYAM GORENG NELONGSO CABANG UPN SURABAYA

Andre Agung Pratama, Fausta Ari Barata

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

[andreagungprtm20@gmail.com](mailto:andreagungprtm20@gmail.com), Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Fakultas dan Ekonomi Bisnis,

[fausta@untag-sby.ac.id](mailto:fausta@untag-sby.ac.id), Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

## Abstrak

Penelitian dilaksanakan di salah satu cabang Ayam Goreng Nelongso yang berdekatan dengan UPN Surabaya, melibatkan partisipasi dari 50 konsumen dipilih menggunakan metode Purposive Sampling. Setelah penyebaran kuesioner, data dikumpulkan dan dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda, uji t, dan uji F. Hasil dari sebagian pengujian menunjukkan bahwa fokus pada pelanggan serta perbaikan berkesinambungan mempunyai dampak besar atas kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan juga secara substansial dipengaruhi oleh variabel ketekunan untuk mencapai keunggulan, upaya kolaboratif, dan peningkatan berkelanjutan. Sebanyak 63% dari kepuasan pelanggan dapat dikaitkan dengan variabel-variabel independen dalam penelitian ini, seperti yang ditunjukkan oleh koefisien determinasi sebesar 0,637.

**Kata kunci:** Manajemen kualitas total, manajemen operasi, dan kepuasan pelanggan

## Abstract

*The research was carried out at one of the Ayam Goreng Nelongso branches which is close to UPN Surabaya, involving the participation of 50 consumers selected using the Purposive Sampling method. After distributing the questionnaire, data was collected and analyzed using multiple linear regression, t test, and F test. The results of some tests show that customer focus and continuous improvement have a big impact on customer satisfaction. Customer satisfaction is also substantially influenced by the variables of persistence to achieve excellence, collaborative efforts, and continuous improvement. As much as 63% of customer satisfaction can be attributed to the independent variables in this research, as shown by the coefficient of determination of 0.637.*

**Keywords:** Total quality management, operations management, and customer satisfaction

## PENDAHULUAN

Industri makanan adalah sektor ekonomi paling aktif dan sengit persaingannya. Hal tersebut dilihat dari maraknya restoran dimana menyajikan produk serupa, namun memiliki berbagai variasi harga dan tingkat pelayanan yang berbeda. Ketika persaingan semakin ketat, perusahaan harus terus meningkatkan kualitas produknya untuk memastikan kepuasan pelanggan terhadap produk dan layanannya. Menurut (Kotler, 2005), Kualitas produk mengacu pada serangkaian fitur dan atribut produk dan layanan yang dirancang secara eksplisit dan implisit untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Industri catering adalah sektor ekonomi yang sedang berkembang dan banyak diminati, karena makanan pada dasarnya dianggap sebagai kebutuhan penting bagi setiap individu.. Perkembangan bisnis kuliner di suatu daerah sangat dipengaruhi oleh kebiasaan dan pola hidup masyarakat setempat. Kebiasaan dan rutinitas sehari-hari berperan sebagai faktor perbedaan antara lokasi satu dengan yang lain. Sebagai contoh, pada kota besar dengan tingkat mobilitas tinggi, bisnis kuliner siap saji cenderung mengalami perkembangan lebih pesat dibandingkan dengan di daerah pedesaan.. Salah satu kota besar yang memiliki industri kuliner yang signifikan adalah Surabaya.

Dalam berbagai usaha kuliner yang ada di Surabaya saat ini, usaha kuliner yang saat ini beroperasi di Surabaya adalah Ayam Goreng Nelongso , sebuah restoran berbasis kemitraan yang menawarkan beragam hidangan ayam sebagai menu utamanya. Ayam Goreng Nelongso saat ini memiliki 7 cabang aktif di Surabaya. Dalam banyak outlet yang dimiliki oleh Ayam Goreng Nelongso, terdapat kesamaan dalam strategi bisnis yang mereka terapkan. Sehingga hal tersebut telah mengakibatkan penerimaan yang baik dan pertumbuhan yang signifikan di kalangan masyarakat. Salah satu cara Ayam Goreng Nelongso berhasil menarik perhatian pelanggan adalah dengan menawarkan layanan yang cepat dan responsif, serupa dengan jaringan restoran cepat saji. Hal tersebut tercermin dalam tingkat kesiapan pegawai saat melayani pelanggan, yang memungkinkan proses pembelian menjadi lebih efisien dan singkat. Namun seiring berjalannya waktu popularitas

Ayam Goreng Nelongso menurun dan juga indikasi dari kurangnya kepuasan pelanggan yang dapat dilihat dari ulasan google maps. Penurunan jumlah cabang juga terjadi di Surabaya, sebanyak 4 cabang telah tutup permanen yaitu Ayam Goreng Nelongso Cabang Semolowaru, Manyar, Dharmawangsa, Wijaya Kusuma. Dilihat dari 4 cabang yang tutup 3 cabang lokasinya terletak di Surabaya Timur. Banyaknya kompetitor yang terjun di industri yang sama dan juga desakan akan inovasi-inovasi yang mengharuskan memenuhi kepuasan konsumen, sehingga para pelaku usaha desak-desakan atau berkompetensi dalam menghasilkan output yang sesuai sebagai kepuasan konsumen acuannya.

Segala strategi atau usaha yang diterapkan oleh sebuah perusahaan harus bertujuan untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Meningkatkan kepuasan pelanggan adalah kunci untuk memperbaiki reputasi perusahaan dan menjaga keunggulan dalam persaingan jangka panjang. Untuk mencapai kepuasan pelanggan, perusahaan berupaya mengembangkan produk dan layanan yang digerakkan oleh pasar. Namun, ada kalanya produk atau layanan mungkin tidak sesuai dengan preferensi pelanggan, hal tersebut dapat terjadi karena faktor internal perusahaan. Perusahaan dapat mengadopsi pendekatan *Total Quality Management* (TQM), yang menekankan pada upaya menyeluruh untuk meningkatkan kualitas produk atau layanan. TQM mendorong perusahaan untuk fokus pada kepuasan pelanggan sebagai pusat perhatian utama dalam setiap aspek operasional. TQM adalah pendekatan terintegrasi yang bertujuan untuk mencapai dan menjaga tingkat output atau hasil yang berkualitas tinggi. TQM (*Total Quality Management*) menyoroti urgensi pemeliharaan, perbaikan terus-menerus, dan pencegahan kegagalan di seluruh tingkat dan fungsi dalam perusahaan, dengan tujuan untuk memenuhi atau bahkan melebihi apa yang diharapkan pelanggan (Flynn et al., 1994). Hal ini merupakan sebuah konsep dimana dirancang untuk memberikan kerangka kerja kepada organisasi agar dapat mencapai keberhasilan dengan memprioritaskan kepuasan pelanggan. TQM bisa diuraikan sebagai usaha untuk membentuk budaya organisasi yang bertujuan mencapai kepuasan pelanggan yang konsisten dengan menggunakan sistem, metode, dan alat yang saling terhubung (Rad, 2006). Hubungan erat antara kepuasan konsumen dan dampak positif pada perusahaan tidak dapat diabaikan. Kepuasan pelanggan memberikan kontribusi yang signifikan pada berbagai aspek perusahaan, seperti memperkuat hubungan harmonis antara perusahaan dan pelanggan, membentuk loyalitas nasabah, meningkatkan reputasi perusahaan, dan mendorong peningkatan produktivitas karyawan perusahaan.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### ***Total Quality Management***

*Total Quality Management* (TQM) ialah sebuah metodologi manajemen kontemporer yang bertujuan demi meningkatkan daya saing perusahaan, seperti bisnis, melalui perbaikan terus menerus pada lingkungan kerja, produk, servis, staff atau sdm, dan proses-prosesnya (Juharni, 2017). TQM adalah kerangka kerja untuk manajemen organisasi yang menetapkan prosedur manajemen peningkatan kinerja yang dapat diterapkan untuk semua personel. TQM menekankan pentingnya kualitas sebagai fokus strategis dalam operasi perusahaan dan mendorong partisipasi seluruh anggota organisasi dalam upaya mencapai kepuasan pelanggan (Soewarso, 2004). Terdapat 10 unsur TQM yang dibangun oleh Goetsch dan Davis dalam (Nasution, 2015). Dalam bisnis makanan (Amiri & Mandala, 2019) hanya menggunakan 4 unsur dari 10 unsur tersebut: Berpusat pada pelanggan, obsesi terhadap kualitas, upaya kolaboratif, dan kemajuan yang berkelanjutan.

### **Fishbone Diagram**

'Diagram Tulang Ikan' atau 'Diagram Ishikawa' dianggap memiliki kesulitan serius dalam memahami lingkungan sekitar. Diagram ini mengilustrasikan hubungan antara penyebab dan efek dengan anak panah yang hanya bergerak satu arah. Banyak hubungan di sekitar dapat diuraikan sebagai siklus (Hidaka et al., 1999).

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut (Kotler & Keller, 2009), kepuasan terjadi ketika seseorang menilai kinerja sebuah produk atau servis dibandingkan dengan ekspektasinya. Ketidakpuasan pelanggan akan muncul apabila kinerja tidak sesuai dengan ekspektasi mereka. Pelanggan puas apabila kinerja memenuhi ekspektasi tetapi bila kinerja melampaui harapan, pelanggan akan merasakan tingkat kepuasan yang tinggi dan merasa senang. (Hansemark & Albinsson, 2004) Kepuasan pelanggan melibatkan segala respons atau sikap yang diberikan oleh pelanggan terhadap penyedia layanan. Selain itu, kepuasan pelanggan mencakup respons afektif yang berkaitan dengan produk yang diterima, khususnya apakah

produk tersebut memenuhi harapan pelanggan.

### **Hipotesis**

Fokus pada pelanggan adalah elemen yang begitu penting dan harus diterapkan oleh perusahaan guna menciptakan kesan positif dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Melibatkan interaksi yang intensif dengan pelanggan menjadi langkah yang esensial, sehingga pelanggan dapat lebih memahami produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan merasakan kepuasan yang diinginkan (Amiri & Mandala, 2019). (Kurniawati, 2011), Konsep *Total Quality Management* (TQM) menekankan pentingnya organisasi untuk memahami, mengidentifikasi, dan menganalisis kebutuhan serta harapan pelanggan. Dalam konteks ini, setiap organisasi yang menerapkan TQM diharapkan dapat menyajikan produk dan layanan yang cocok dengan harapan para pelanggan.. Layanan terbaik dapat diukur seperti apa perusahaan memahami keinginan pelanggan dikala masa lalu, sekarang, dan juga masa depan. Penelitian (Kurniawati, 2011) dan (Amiri & Mandala, 2019) dalam penelitiannya fokus pada pelanggan mempunyai atas kepuasan pelanggan, Akibatnya, hipotesis selanjutnya dapat diajukan:

H1 : fokus pada pelanggan memiliki dampak yang besar terhadap kepuasan pelanggan.

Untuk meningkatkan kualitas suatu perusahaan, perlu dilakukan peningkatan kualitas produk dan layanan yang diberikan serta memenuhi harapan dan permintaan pelanggan.(Wuryanti, 2013). Dalam penelitian (Mosahab et al., 2010) menyatakan bahwa perusahaan wajib berkomitmen dalam memenuhi bahkan melampaui standar kualitas yang ditetapkan oleh perusahaan. Sebagai akibatnya, hipotesis berikutnya dapat diajukan, sebagai berikut:

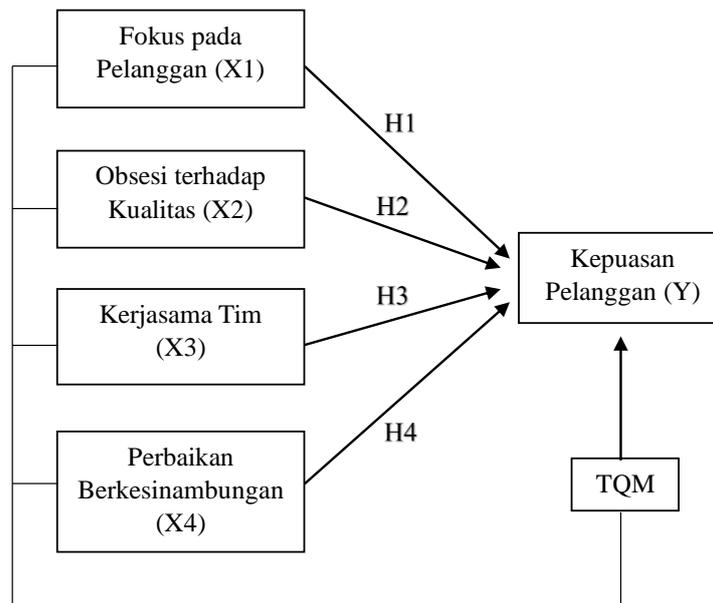
H2 : Terdapat dugaan bahwa Obsesi terhadap Kualitas memiliki dampak positif yang substansial terhadap Kepuasan Pelanggan.

(Citaluki, 2016) Kolaborasi tim akan memiliki pengaruh pada kepuasan pelanggan di perusahaan yang menerapkan *Total Quality Management*. Keberadaan kerjasama tim dalam konteks bisnis menjadi kunci utama dalam mencapai tingkat kualitas dan kepuasan pemangku kepentingan dengan upaya perbaikan kualitas yang berkelanjutan. Sinergi antar anggota tim dalam menanggapi kebutuhan dan pelayanan yang diinginkan oleh pelanggan, sesuai dengan tanggung jawab dan alur yang tegas, memastikan bahwa konsumen mendapat tingkat kesenangan, menimbulkan rasa puas dalam diri konsumen. Penelitian sebelumnya oleh (Citaluki, 2016), dan (Kurniawati, 2011), membuktikan kerjasama tim mempunyai dampak atas kepuasan pelanggan. Oleh karena hal tersebut diajukan hipotesis sebagai berikut

H3: kerja sama tim memiliki dampak signifikan atas kepuasan pelanggan.

Aspek perbaikan berkelanjutan melibatkan tanggung jawab untuk secara terus-menerus menilai proses dan administratif dengan maksud menemukan cara lebih efektif (Koh & Low, 2010). Proses ini memiliki korelasi positif bersama kemampuan, dedikasi, kerjasama tim, dan komitmen organisasi untuk terus meningkatkan mutu dan performa perusahaan. Konsep *Total Quality Management* bermaksud untuk memenuhi kebutuhan konsumen melalui perbaikan berkelanjutan. Menurut (Timor et al., 2018) dan (Amiri & Mandala, 2019) perbaikan berkesinambungan memiliki pengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan. Dengan informasi tersebut, maka dari itu dapat diajukan hipotesis:

H4: Diduga ada pengaruh signifikan Perbaikan Berkesinambungan terhadap kepuasan pelanggan.



## METODE PENELITIAN

Studi ini menerapkan jenis kuantitatif yang merupakan metodologi penelitian terencana secara sistematis, memiliki struktur yang jelas mulai dari perancangan studi, mengambil sampel dari populasi tertentu, mengumpulkan data dengan menggunakan alat ukur yang telah disusun, dan menganalisis data secara kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Ayam goreng Nelongso regional Surabaya Timur Cabang UPN Jl. Raya Gunung Anyar Sawah No. 22, Surabaya. Untuk Waktu penelitian dari Oktober sampai dengan Desember 2023.

Data penelitian yang digunakan merupakan data kuantitatif. Sementara sumber data primer penelitian merupakan hasil dari distribusi kuesioner dari pelanggan Ayam Goreng Nelongso Cabang UPN Surabaya.

Purposive Sampling merupakan metode yang diterapkan oleh penelitian ini. Ukuran sampel (Sugiyono, 2014) metode analisis yang diterapkan adalah multivariate dengan menggunakan regresi berganda. Berdasarkan hal ini, jumlah minimum anggota sampel yang diperlukan untuk meneliti jumlah variabel adalah sepuluh. Untuk menjelaskan lima variabel independen dan dependen dalam penelitian ini, diperlukan jumlah sampel sebanyak lima puluh, yang dihitung sebagai sepuluh kali lima variabel. Sampel untuk penelitian ini terdiri dari pelanggan Ayam Goreng Nelongso Cabang UPN yang beralamat di Jalan Raya Gunung Anyar Sawah No. 22 Surabaya. Variabel x dan y dipengaruhi oleh analisis berganda dalam penelitian ini. Sebagai metode analisis, digunakan analisis regresi linier sederhana, uji-t, dan uji F.

Indikator-indikator variabel setelah dimodifikasi dan dilakukan penyesuaian, menurut (Elvirawati, 2013) Fokus pada pelanggan dapat dinilai melalui indikator sebagai berikut: terjalannya interaksi positif antara karyawan dan pelanggan ketika melakukan pembayaran di kasir, terjalannya interaksi yang baik antara karyawan dan pelanggan selama proses pelayanan, membina interaksi positif antara pelanggan dan karyawan selama proses pengumpulan informasi, dan membangun interaksi tersebut melalui pertanyaan yang diajukan.

Menurut (Rahman, 2011) obsesi terhadap kualitas dapat diukur dengan: sifat ramah dan sopan karyawan, produk dihidangkan menarik, pemenuhan keinginan pelanggan, tempat parkir yang cukup, produk memiliki rasa yang khas, produk terjamin higienis.

Menurut (Mahami, 2015) Kerjasama tim dapat dinilai melalui: Tingkat kerja sama karyawan dalam memberikan layanan, konsistensi tanggapan yang diperoleh pelanggan dari pertanyaan yang diajukan, akuntabilitas karyawan untuk tanggung jawab khusus mereka, tingkat kerja sama yang positif di antara staf, dan pengembangan hubungan kerja yang erat di antara staf.

Menurut (Fitriasari, 2017) Perbaikan berkesinambungan dapat diukur melalui: aksesibilitas fasilitas baik, ketanggapan terhadap keluhan pelanggan, penyediaan sistem pengaduan, dan

kemudahan dalam menyampaikan keluhan atau menerima tanggapan.

Menurut (Citralki, 2016) Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan indikator: Berhasil setelah melakukan pembelian, Mengalami kepuasan dengan biaya dan kualitas yang diberikan, Puas dengan tingkat layanan dan perhatian yang diberikan oleh organisasi, Mengalami kepuasan dengan variasi produk makanan dan minuman, Kepuasan dengan berbagai pilihan makanan dan minuman.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum

Pada bulan Februari 2013, Nanang Suherman mendirikan Ayam Goreng Nelongso di Malang sebagai usaha tambahan untuk meningkatkan pendapatan keluarganya. Dengan menyewa sebidang tanah seluas 2x3 meter, ia bersama istrinya membuka toko ayam goreng yang beroperasi 24 jam sehari. Keputusan ini diambil dengan niat untuk mendominasi pasar, mengingat belum ada restoran yang buka sepanjang waktu pada saat itu, hanya pedagang kopi yang bersedia buka hingga pagi. Mereka memanfaatkan lingkungan yang tetap ramai sepanjang malam, terutama dengan kehadiran anak-anak muda yang sering berkumpul atau menikmati kopi di sekitar toko.

Awalnya, Nanang Suherman dan istrinya fokus menjual berbagai sajian bebek. Namun, karena tingginya harga grosir bebek menyebabkan harga jualnya menjadi mahal, hal ini membuatnya kurang terjangkau bagi konsumen yang kebanyakan adalah pelajar karena lokasi warungnya berdekatan dengan sekolah. Untuk mengatasi hal ini, mereka memutuskan untuk mengembangkan produk mereka dengan memasukkan ayam ke dalam menu. Untuk mencuri perhatian konsumen, Nanang memberi nama produknya "Nelongso Fried Chicken" karena nama tersebut terbilang unik dan mudah diingat. Harga satu porsi ditetapkan sebesar Rp. 5.000,- dengan komposisi menu yang terdiri dari sayap dan ceker ayam. Karena menu ini menjadi identitas khas dari Ayam Goreng Nelongso, baik menu maupun harga tetap dipertahankan hingga saat ini.

### Uji Validitas

Variabel	Nilai Butir Instrumen	r hitung	r tabel	Nilai signifikansi
Fokus pada Pelanggan (X1)	X1.1	0,834	0,278	Valid
	X1.2	0,717	0,278	Valid
	X1.3	0,833	0,278	Valid
	X1.4	0,821	0,278	Valid
Obsesi terhadap Kualitas (X2)	X2.1	0,578	0,278	Valid
	X2.2	0,700	0,278	Valid
	X2.3	0,820	0,278	Valid
	X2.4	0,663	0,278	Valid
	X2.5	0,729	0,278	Valid
	X2.6	0,786	0,278	Valid
Kerjasama tim (X3)	X3.1	0,540	0,278	Valid
	X3.2	0,748	0,278	Valid
	X3.3	0,670	0,278	Valid
	X3.4	0,588	0,278	Valid
	X3.5	0,765	0,278	Valid
Perbaikan Berkesinambungan (X4)	X4.1	0,737	0,278	Valid
	X4.2	0,788	0,278	Valid
	X4.3	0,725	0,278	Valid
	X4.4	0,774	0,278	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0,822	0,278	Valid
	Y.2	0,823	0,278	Valid
	Y.3	0,788	0,278	Valid
	Y.4	0,854	0,278	Valid
	Y.5	0,814	0,278	Valid

Uji validitas diterapkan terhadap 50 responden guna menentukan sampai mana setiap pernyataan dalam kuesioner dapat mewakili pandangan masing-masing responden. Untuk mendapatkan nilai kritis r tabel dengan jumlah 50 responden, digunakan derajat kebebasan df yang diperoleh dengan rumus  $n - 2$ , yaitu  $50 - 2 = 48$ . Hasilnya, nilai r tabel untuk uji dua arah yang dilakukan pada tingkat signifikansi 0,05 adalah 0,2787. Hasil didapat, nilai r hitung melebihi nilai r tabel untuk semua variabel. Dengan begitu, dapat ditarik kesimpulan bahwa setiap pernyataan indikator telah tervalidasi validitasnya.

### Uji Reabilitas

Dalam penelitian ini metode yang digunakan membandingkan nilai Cronbach Alpha dengan nilai minimum. Evaluasi dilakukan terhadap validitas pernyataan setiap variabel yang dinilai oleh 50 responden. Keandalan variabel ditetapkan ketika koefisien Cronbach Alpha melebihi 0,60 (Ghozali, 2011).

<u>Variabel</u>	<u>Nilai Cronbach's Alpha</u>	<u>Nilai Minimum</u>	<u>Keterangan</u>
<u>Fokus pada Pelanggan (X1)</u>	0,813	0,6	<u>Reliabel</u>
<u>Obsesi terhadap Kualitas (X2)</u>	0,808	0,6	<u>Reliabel</u>
<u>Kerjasama Tim (X3)</u>	0,680	0,6	<u>Reliabel</u>
<u>Perbaikan Berkesinambungan (X4)</u>	0,744	0,6	<u>Reliabel</u>
<u>Kepuasan Pelanggan (Y)</u>	0,876	0,6	<u>Reliabel</u>

Hasil dalam tabel tersebut. Terlihat bahwa nilai Cronbach Alpha untuk setiap variabel penelitian melampaui ambang batas 0,60. Hal ini menunjukkan kehandalan alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini.

### Analisis Regresi Berganda

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.341	2.706		.496	.623
	Fokus Pada Pelanggan	.559	.204	.396	2.737	.009
	Obsesi Terhadap Kualitas	.066	.121	.071	.545	.588
	Kerjasama Tim	.012	.184	.009	.068	.946
	Perbaikan Berkesinambungan	.559	.166	.427	3.367	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Persamaan regresi yang menilai hubungan antara Kepuasan Pelanggan dan Variabel X yang diteliti dalam penelitian ini, dapat diturunkan dari tabel ini.

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

$$Y = 1.341 + 0.559 X_1 + 0.066 X_2 + 0.012 X_3 + 0.559 X_4 + e$$

$$Y = 134\% + 55\% X_1 + 6\% X_2 + 1\% X_3 + 55\% X_4 + e$$

Dari Tabel, dapat dilihat jika nilai Beta pada variabel Fokus pada pelanggan adalah 0,559, Obsesi terhadap kualitas senilai 0,066, Kerjasama tim senilai 0,012, dan Perbaikan berkesinambungan senilai 0,559 pada kolom koefisien standar.

### Uji t

Pada variabel fokus pada pelanggan dalam penelitian menunjukkan angka signifikansi sebesar

0.009, dimana kurang dari taraf signifikansi ( $\alpha$ ) senilai 0.05 atau 5%, bisa diambil kesimpulan jika hipotesis H1 diterima. Hal tersebut didapat koefisien regresi pada variabel Kepuasan Pelanggan mempunyai signifikansi yang tinggi. Maka dapat disimpulkan jika variabel Fokus pada Pelanggan secara parsial memiliki pengaruh atas Kepuasan Pelanggan.

Variabel Obsesi terhadap Kualitas dalam penelitian menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.588, yang setara dengan 58% dalam presentase dimana angka tersebut lebih tinggi daripada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 0.05 atau 5%, dapat diambil kesimpulan jika hipotesis H2 ditolak. Artinya, koefisien regresi pada variabel Obsesi terhadap Kualitas tidak memiliki signifikansi. Dengan demikian, dapat disimpulkan secara parsial, variabel Obsesi terhadap Kualitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Variabel Kerjasama Tim pada penelitian menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.946, atau setara dengan 94% dalam presentase. Dengan nilai signifikansi mencapai 0.946 atau 94%, yang lebih tinggi daripada tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 0.05 atau 5%, dapat disimpulkan jika hipotesis H3 ditolak. Hal ini menunjukkan jika koefisien regresi pada variabel Kerjasama Tim tidak memiliki signifikansi yang tinggi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan secara parsial jika variabel Kerjasama Tim kurang berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Dalam penelitian ini, variabel Continuous Improvement memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,002. Berdasarkan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) yang diperoleh sebesar 0,002 yang berada di bawah ambang batas yang telah ditentukan yaitu 5% atau 0,05, maka hipotesis nol H4 dapat ditolak. Hal ini mengindikasikan bahwa koefisien regresi variabel Continuous Improvement memiliki tingkat signifikansi yang substansial. Oleh karena itu, kesimpulan parsial dapat dibuat bahwa variabel yang mewakili perbaikan berkelanjutan memberikan dampak yang substansial terhadap kepuasan pelanggan.

#### Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	388.600	4	97.150	19.746	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	221.400	45	4.920		
	Total	610.000	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Perbaikan Berkesinambungan, Obsesi Terhadap Kualitas, Kerjasama Tim, Fokus Pada Pelanggan

Berdasarkan informasi dalam tabel tersebut, nilai F hitung yang diperoleh mencapai 19.746, sementara nilai F tabelnya adalah 2.76. Kesimpulan mengenai hasil yang diperoleh dapat diambil jika nilai F hitung signifikan dan nilai probabilitas yang sesuai adalah 0,001, yang kurang dari 0,05 atau 5%. Hasilnya, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini memiliki kemampuan untuk meramalkan kepuasan pelanggan. Lebih tepatnya, dalam lingkup investigasi ini, dimungkinkan untuk menentukan apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara bersama-sama atau simultan.

#### Koefisien Determinasi

##### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.798a	.637	.605	2.218

Koefisien determinasi, yang dilambangkan sebagai R-Square, adalah 0,637 unsur *Total Quality Management* yang diteliti pada penelitian ini, menyumbang 63% dari varians dalam Kepuasan Pelanggan di Ayam Goreng Nelongso Cabang UPN Surabaya. Sisanya, 37%, disebabkan oleh komponen-komponen yang tidak disebutkan yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

#### Diskusi

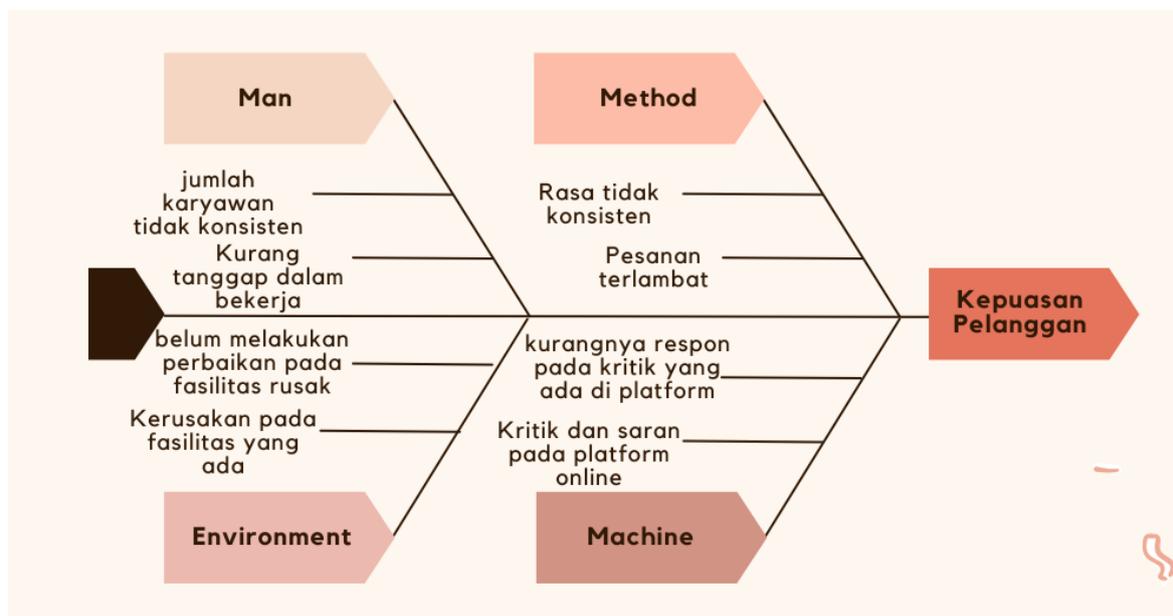
Kepuasan pelanggan secara signifikan dipengaruhi oleh fokus pada pelanggan, menurut temuan penelitian ini. Kesimpulan tersebut di atas didukung oleh nilai Signifikansi (Sig.), yaitu 0,009, yang berada di dalam kisaran yang dapat diterima yaitu 0,05. Dengan demikian, hipotesis awal dapat dinyatakan diterima. Penemuan ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya oleh (Amiri & Mandala, 2019), (Kurniawati, 2011), (Citralku, 2016).

Meskipun obsesi pada kualitas memiliki pengaruh positif atas kepuasan konsumen, namun pengaruhnya tidak signifikan secara statistik. Kesimpulan tersebut didukung oleh nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,588, melampaui ambang batas yang telah ditentukan yaitu 0,05. Dengan demikian, hipotesis kedua dianggap tidak terbukti kebenarannya.

Demikian juga, meskipun kerja sama tim berdampak positif atas kepuasan pelanggan, namun tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik. Kesimpulan tersebut di atas didukung oleh nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,946, melampaui nilai yang telah ditentukan yaitu 0,05. Oleh karena itu, hipotesis ketiga ditolak.

Sebaliknya, bukti empiris menunjukkan bahwa Perbaikan Berkesinambungan memberikan dampak yang cukup besar atas kepuasan pelanggan. Kesimpulan tersebut di atas didukung oleh nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,002 yang berada di bawah nilai yang telah ditentukan yaitu 0,05. Dengan demikian, hipotesis keempat bisa diterima. Temuan yg didapat sejalan penelitian sebelumnya oleh (Timor et al., 2018) dan (Amiri & Mandala, 2019).

### Diagram Fishbone Analisis



Pada diagram fishbone diambil dari ulasan google maps Cabang UPN Surabaya

#### 1. Man(Fokus pada Pelanggan X1):

Ketanggapan dalam bekerja merupakan aspek kunci yang sangat relevan dengan variabel fokus pada pelanggan di cabang Ayam Goreng Nelongso di UPN Surabaya. Dalam konteks ini, ketanggapan mengacu pada kemampuan karyawan untuk merespons dengan cepat terhadap kebutuhan dan harapan pelanggan. Karyawan yang responsif akan mampu memberikan pelayanan yang lebih baik, memberikan jawaban yang cepat terhadap pertanyaan pelanggan, dan menangani keluhan dengan efektif. Pentingnya ketanggapan ini dapat dirasakan langsung oleh pelanggan, terutama di industri layanan seperti restoran cepat saji. Jika karyawan dapat dengan cepat menanggapi kebutuhan pelanggan, tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga dapat memperkuat relasi jangka panjang dengan mereka. Oleh karena itu, fokus terhadap ketanggapan dalam bekerja menjadi krusial dalam memenuhi harapan pelanggan di cabang Ayam Goreng Nelongso di UPN Surabaya.

Memiliki jumlah karyawan yang konsisten sangat penting untuk memastikan kelancaran

operasional, pelayanan yang berkualitas, dan kepuasan pelanggan yang konsisten. Fluktuasi yang tidak terkendali dalam jumlah karyawan dapat menyebabkan variasi dalam tingkat pelayanan dan kualitas produk, yang pada gilirannya dapat memengaruhi citra dan reputasi bisnis. Konsistensi dalam pelatihan karyawan juga merupakan faktor kunci untuk memastikan bahwa standar kualitas dan keamanan pangan tetap terjaga. Dengan mempertahankan tim karyawan yang stabil, bisnis makanan dapat mencapai konsistensi dalam menyajikan hidangan, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan membangun dasar bagi pertumbuhan dan keberhasilan jangka panjang.

#### 2. Method(Fokus pada Pelanggan X1):

Pertama, pengelolaan stok dan persediaan ayam goreng serta bahan-bahan lainnya harus diatur dengan baik untuk memastikan ketersediaan produk sepanjang waktu. Sistem yang efisien dalam pemantauan dan pengelolaan inventaris dapat membantu mencegah kekurangan stok yang dapat menghambat kecepatan layanan.

Kedua, proses pemesanan dan pembayaran harus dioptimalkan. Penggunaan teknologi untuk memfasilitasi pemesanan online atau melalui aplikasi dapat meningkatkan efisiensi dan mempercepat proses transaksi. Sistem pembayaran yang cepat dan lancar juga menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan.

Selain itu, pelatihan karyawan dalam keterampilan pelayanan yang cepat dan efisien, termasuk penanganan pesanan dengan cepat dan responsif terhadap pertanyaan pelanggan, dapat memberikan kontribusi besar terhadap kecepatan layanan di cabang ini.

Dengan memprioritaskan efektivitas dan efisiensi dalam setiap aspek operasional, cabang Ayam Goreng Nelongso di UPN Surabaya dapat memenuhi harapan pelanggan untuk mendapatkan produk dengan cepat dan memberikan pengalaman yang positif, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan dan setia pelanggan.

#### 3. Environment(Perbaikan Berkesinambungan X4)

Kerusakan pada fasilitas di cabang Ayam Goreng Nelongso di UPN Surabaya memiliki dampak langsung terhadap variabel perbaikan berkesinambungan, dan dalam konteks ini, hubungannya dengan kepuasan pelanggan sangat signifikan. Fasilitas yang terjaga dengan baik menciptakan lingkungan yang menyenangkan dan efisien, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Perbaikan berkesinambungan pada fasilitas memastikan jika segala kerusakan atau keausan dapat segera diatasi, menghindari potensi gangguan operasional yang dapat memengaruhi pelayanan kepada pelanggan. Fasilitas yang dalam kondisi baik menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan, mengingat mereka dapat menikmati layanan yang lancar dan tidak terkendala oleh masalah teknis.

Kenyamanan pelanggan juga terkait erat dengan kondisi fisik tempat tersebut. Ruang makan yang bersih, peralatan yang berfungsi dengan baik, dan fasilitas lainnya yang terjaga dengan baik dapat memberikan kesan positif kepada pelanggan. Jika fasilitas mengalami kerusakan, dan perbaikannya tidak dilakukan secara berkesinambungan, hal ini dapat merugikan citra bisnis dan memengaruhi kepuasan pelanggan.

Selain itu, perbaikan berkesinambungan juga mencerminkan tanggung jawab dan komitmen perusahaan terhadap kualitas layanan kepada pelanggan. Sehingga pelanggan cenderung merasa dihargai serta diutamakan ketika melihat upaya yang dilakukan untuk menjaga dan meningkatkan fasilitas agar tetap optimal. Dengan memahami keterkaitan antara perbaikan berkesinambungan fasilitas dan kepuasan pelanggan, cabang Ayam Goreng Nelongso di UPN Surabaya dapat mengimplementasikan strategi pemeliharaan yang proaktif untuk memastikan keberlanjutan operasional yang mulus dan memberikan pengalaman positif kepada pelanggan.

#### 4. Machine(Perbaikan Berkesinambungan X4):

Menerima kritik dan saran melalui platform online seperti Google Maps adalah bagian integral dari upaya perbaikan berkesinambungan di cabang Ayam Goreng Nelongso di UPN Surabaya. Tanggapan yang cepat dan efektif terhadap masukan pelanggan memiliki dampak langsung pada kepuasan pelanggan. Sebagai contoh, jika terdapat keluhan terkait ketidakakuratan lokasi cabang, langkah proaktif dapat diambil dengan memastikan pembaruan informasi alamat dan penunjuk arah yang lebih akurat. Selain itu, ulasan negatif tentang pelayanan dapat dijadikan peluang untuk memperbaiki proses internal dan meningkatkan pelatihan karyawan agar lebih responsif dan ramah.

Dengan menganggap kritik dan saran sebagai bahan bakar untuk perbaikan, cabang ini dapat membangun reputasi yang lebih baik dan memastikan kepuasan pelanggan. Merespons dengan tindakan konkret terhadap masukan pelanggan juga memberikan sinyal positif bahwa perusahaan benar-benar menghargai umpan balik mereka. Dengan demikian, melibatkan diri secara aktif dalam proses perbaikan berkesinambungan berdasarkan umpan balik online adalah strategi yang penting untuk menjaga dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan di Ayam Goreng Nelongso cabang UPN Surabaya.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Dari hasil yang disajikan, dapat dilihat 1) Peningkatan fokus pada pelanggan memberikan kontribusi yang positif dan signifikan atas peningkatan tingkat kepuasan pelanggan. Berarti kenaikan indikator fokus pada pelanggan, seperti peningkatan kecepatan dan keterampilan dalam melayani pelanggan di kasir, berdampak positif pada kepuasan pelanggan., peningkatan kecepatan pelayanan, penyampaian informasi yang jelas kepada pelanggan, dan respons yang lebih baik terhadap keluhan pelanggan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat.2). Obsesi terhadap kualitas tidak mempunyai dampak yang begitu besar terhadap kepuasan pelanggan, artinya peningkatan indikator obsesi terhadap kualitas, seperti perluasan area parkir, peningkatan keramahan dan kesopanan karyawan, kesabaran yang lebih tinggi dalam menanggapi setiap keluhan, peningkatan rasa khas produk, dan jaminan ke higienisan produk, tidak memberikan pengaruh yang besar atas tingkat kepuasan pelanggan. 3). Kerjasama tim tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti peningkatan indikator kerjasama tim, seperti kohesivitas jawaban, peningkatan kualitas kerjasama, keakraban antar karyawan, dan peningkatan kerjasama dalam menyediakan kebutuhan, tidak memberikan dampak yang besar terhadap tingkat kepuasan pelanggan. 4). Perbaikan berkesinambungan memberikan pengaruh signifikan atas kepuasan pelanggan, yang berarti peningkatan indikator perbaikan berkelanjutan, seperti penanganan keluhan, ketersediaan tempat pengaduan keluhan, kemudahan proses pengaduan, dan kelengkapan fasilitas, akan berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan.

Saran yang dapat diusulkan adalah untuk meningkatkan inisiatif yang berfokus pada pelanggan dan perbaikan berkelanjutan pada objek yang diteliti. Dalam konteks ini, lebih banyak perhatian dapat diberikan pada pengenalan program pelatihan karyawan yang meningkatkan keterampilan dalam melayani pelanggan lebih baik. pemahaman kebutuhan dan preferensi pelanggan, restoran bisa menyesuaikan layanan serta produknya secara lebih tepat. Selain itu, penting untuk memperkuat mekanisme umpan balik pelanggan, baik dalam bentuk keluhan maupun apresiasi, untuk memahami secara lebih mendalam area yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan.

Perbaikan berkelanjutan dapat diterapkan melalui evaluasi reguler terhadap proses operasional, menu, dan fasilitas restoran. Menindaklanjuti keluhan pelanggan dengan cepat dan efektif juga menjadi kunci, sehingga pelanggan merasa dihargai dan mendapatkan solusi yang memuaskan. Selain itu, strategi pemasaran dapat ditingkatkan untuk lebih menekankan komitmen pada kualitas layanan dan pengalaman pelanggan yang unggul.

Melibatkan karyawan secara aktif dalam penciptaan dan implementasi inisiatif ini juga penting. Tim yang berkomitmen terhadap pelayanan pelanggan yang unggul dapat menjadikan lingkungan positif dan berdampak positif pada pengalaman pelanggan. Dengan demikian, kombinasi fokus pada pelanggan dan perbaikan berkelanjutan dapat menciptakan fondasi yang kuat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di Ayam Goreng Nelongso Cabang UPN Surabaya

## DAFTAR PUSTAKA

- Amiri, A., & Mandala, K. (2019). Pengaruh Implementasi Total Quality Management Terhadap Kepuasan Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(12), 6931. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i12.p02>
- Citraluki, J. (2016). *Pengaruh Penerapan Total Quality Management Terhadap Kinerja Operasional Pada Indomaret Sekecamatan Kartasura*. hal. 1-11. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/43445>
- Elvirawati. (2013). *Pengaruh Penerapan Total Quality Management Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Berbintang Di Daerah Istimewa Yogyakarta*.
- Fitriasari. (2017). *Analisis Tingkat Penerapan Total Quality Management (TQM) Perusahaan Roti di Sentra Industri Roti Desa Kalimalang Kabupaten Ponorogo*.
- Flynn, B. B., Schroeder, R. G., & Sakakibara, S. (1994). A framework for quality management research and an associated measurement instrument. *Journal of Operations Management*, 11(4), 339–366. [https://doi.org/10.1016/S0272-6963\(97\)90004-8](https://doi.org/10.1016/S0272-6963(97)90004-8)
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Hansemark, O. C., & Albinsson, M. (2004). Customer satisfaction and retention: the experiences of individual employees. *Managing Service Quality: An International Journal*, 14(1), 40–57.
- Hidaka, S., Cavana, R. Y., Vennix, J. A. M., Rouwette, E. A. J. A., Stevenson-Wright, M., & Candlish, J. (1999). System Dynamics: A New Tool for TQM. *Proceedings of the 17th International Conference of the System Dynamics Society and 5th Australian & New Zealand Systems Conference*, 11.
- Koh, T. Y., & Low, S. P. (2010). Empiricist framework for TQM implementation in construction companies. *Journal of Management in Engineering*, 26(3), 133–143.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran* (11th ed.). Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasara* (13th ed.). Erlangga.
- Kurniawati, A. (2011). *Pengaruh Penerapan Total Quality Management (TQM) terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Pondok Asri Tawangmangu Tahun 2011*. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/21497>
- Mahami, C. (2015). *Pengaruh Penerapan Total Quality Management (Tqm) dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Sala View Surakarta*.
- Mosahab, R., Mahamad, O., & Ramayah, T. (2010). Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: a Test of Mediation. *International Business Research*, 3(4), 72–80. <https://doi.org/10.5539/ibr.v3n4p72>
- Nasution, M. N. (2015). *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)* (3rd ed.). Ghalia Indonesia.
- Rad, A. M. M. (2006). The impact of organizational culture on the successful implementation of total quality management. *TQM Magazine*, 18(6), 606–625. <https://doi.org/10.1108/09544780610707101>
- Rahman. (2011). *Penerapan Total Quality Manajement Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pelayanan Islami dan Kepuasan Konsumen di Rumah Sakit Islam Kendal*.
- Soewarso. (2004). *Total Quality Management*. Andi Offset.
- Timor, H., Syaefudin, U., & Suhardan, D. (2018). Mutu Sekolah; Antara Kepemimpinan Kepala Sekolah Dan Kinerja Guru. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 25(1), 21–30. <https://doi.org/10.17509/jap.v25i1.11568>
- Wuryanti, L. (2013). Tinjauan Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management) Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Manjemen*, 2(2), 98–104.