

Analisis Pengaruh *Total Quality Management* Terhadap Kepuasan Konsumen Manna Bakery Cafe Gorontalo

Rahmi Eka Putri Yusuf, Tineke Wolok, Umin Kango

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo, Kota Gorontalo, Provinsi Gorontalo, Indonesia

Info Artikel	ABSTRACT
Histori Artikel: Dikirim 5 Jun, 2025 Direvisi 23 Jul, 2025 Diterima 2 Agust, 2025	This study aims to determine the effect of total quality management, which consists of the variables customer focus and obsession with quality, on customer satisfaction. This research is an associative study with a quantitative method. The population in this study consists of the customers of Manna Bakery & Cafe in Gorontalo. The sample consisted of 100 respondents, selected using a non-probability sampling technique with a purposive sampling method. Data were collected through questionnaires and interviews. The data analysis technique employed was multiple linear regression. The results of this study indicate that simultaneously, the variables customer focus and obsession with quality have a significant effect on customer satisfaction. The coefficient of determination (R Square) obtained a value of 0.516, which means that 51.6 percent of the variation in customer satisfaction can be explained by the two independent variables used in the regression equation, while the remaining 48.4 percent is explained by other variables not included in this study. <i>Copyright © 2025 Author This open access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 International License</i>
Kata Kunci: TQM Kepuasan Konsumen	

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh total quality management yang terdiri dari variabel fokus pada pelanggan dan obsesi terhadap kualitas terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Manna Bakery & Cafe Gorontalo. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling dengan jenis purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner dan wawancara. Teknik analisis data menggunakan metode regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel fokus pada pelanggan dan obsesi terhadap kualitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Nilai koefisien determinasi (R Square) memperoleh nilai sebesar 0,516. Artinya, 51,6 persen variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen yang digunakan dalam persamaan regresi, sedangkan 48,4% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Korespondensi: rahmiekaputri@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Zaman yang terus berkembang menjadi faktor pendorong terjadinya globalisasi. Globalisasi menjadikan pola dan tata nilai manusia turut berubah serta makin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi. Selain itu, globalisasi juga mendorong manusia menjadi pribadi yang lebih konsumtif dibanding sebelumnya. Di era inilah kebutuhan manusia semakin beragam serta tingginya ekspektasi dan kebutuhan terhadap proses jual beli, ditambah munculnya keinginan untuk memperoleh kebutuhan tersebut dengan cara mudah dan

cepat. Tidak hanya itu, Dale (2013) mengemukakan bahwa pada era persaingan pasar global dewasa ini, tuntutan konsumen atas peningkatan kualitas produk dan jasa semakin tinggi.

Selain itu, perusahaan juga dituntut untuk cepat dan tepat memahami arah pergerakan persaingan bisnis. Rencana strategis yang tepat akan memudahkan pelaku bisnis dalam beradaptasi terhadap masalah yang timbul akibat pesatnya tingkat persaingan yang ada. Kurangnya kemampuan menganalisis dan mengenali lingkungan bisnis serta kompetensi sumber daya manusia yang tidak cukup kompeten di bidangnya menjadi faktor kegagalan dalam mempertahankan bisnis baru di tengah ketatnya persaingan.

Dalam menjawab berbagai tantangan bisnis pada era persaingan global saat ini, Manna Bakery & Cafe yang dikembangkan oleh Jemmy Mamengkey berkomitmen untuk memanfaatkan peluang di tengah tantangan persaingan yang sangat kompetitif ini. Sebuah inovasi bisnis dalam menciptakan produk, mendistribusi, dan memasarkannya menjadi hal yang biasa. Manna Bakery & Cafe ditujukan kepada konsumen yang menginginkan pemenuhan kebutuhan dengan akses yang lebih mudah dan tentunya praktis. Hal ini terlihat dari upaya pihak Manna Bakery & Cafe dalam menyediakan berbagai variasi kebutuhan konsumen di bidang kuliner yang begitu beragam dan variatif. Manna Bakery & Cafe sendiri telah mengungguli competitive advantage selama lebih dari 5 tahun berdiri. Untuk itu, pihak manajemen harus secara cepat dan tepat menentukan strategi bisnis bersaing selanjutnya agar dapat terus mempertahankan pelanggan dan eksistensinya.

Salah satu strategi dalam menghadapi persaingan bisnis adalah dengan berorientasi pada kualitas dan pelanggan. Kualitas yang dimaksud dalam hal ini mengacu pada kualitas manajerial, input, proses, hingga output perusahaan. Sedangkan pelanggan merujuk pada pihak yang menggunakan output perusahaan dalam hal ini produk barang atau jasa. Salah satu strategi yang berorientasi pada kualitas adalah Total Quality Management (TQM). Total Quality Management adalah sistem manajemen dengan melibatkan seluruh atau total anggota organisasi untuk meningkatkan total kualitas menuju kesuksesan bersaing yang bertujuan untuk membuat pelanggan puas (Yamit, 2017).

Pencetus TQM, Deming dan Juran, menegaskan bahwa memenangkan persaingan bisnis perlu peningkatan kualitas pada produk dan jasa secara berkesinambungan. Peningkatan kualitas berdampak pada terpenuhinya harapan konsumen akan nilai lebih dari suatu produk barang atau jasa, yang dalam hal ini disebut kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan dasar untuk kesuksesan suatu bisnis. Menurut Zeithaml dan Bitner yang dikutip E.M. Sangadji dan Sopiah (2013), kepuasan konsumen merupakan: “penilaian pelanggan terhadap suatu produk atau jasa dalam hal apakah produk atau jasa tersebut telah memenuhi kebutuhan dan harapan mereka (konsumen).” Dengan kata lain, kepuasan konsumen juga didefinisikan sebagai suatu respon konsumen terhadap evaluasi kesesuaian antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk/jasa yang dirasakan setelah penggunaannya.

Kepuasan konsumen sering kali dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu harga, variasi produk, pelayanan, kemudahan akses, serta lingkungan usaha yang kondusif. Dalam faktor-faktor tersebut Manna Bakery & Cafe relatif unggul dibanding pesaing. Namun demikian, ditemukan beberapa kendala dalam mengelola kepuasan konsumen, antara lain selisih harga dengan kompetitor, pilihan waktu yang bersamaan dengan acara lain, dan jumlah tempat duduk yang masih kurang. Padahal kepuasan pelanggan nantinya akan mendatangkan dua keuntungan sekaligus, yaitu mendapatkan profitabilitas dengan terjualnya produk yang ditawarkan dan menarik pelanggan baru karena melihat loyalitas dari pelanggan yang telah ada sebelumnya.

Salah satu bentuk strategi (dalam mencapai keunggulan bersaing) dalam proses memengaruhi perilaku konsumen yang dapat diukur serta dikendalikan perusahaan adalah dengan penerapan metode Total Quality Management (TQM) melalui perbaikan terus-menerus atas produk, jasa, manusia, dan lingkungan. Olehnya itu, dalam penerapannya penting untuk menganalisis bagaimana Total Quality Management yang dalam penelitian ini terdiri atas fokus pada pelanggan (X1) memengaruhi kepuasan konsumen (Y), bagaimana obsesi terhadap kualitas (X2) memengaruhi kepuasan konsumen (Y), serta bagaimana fokus pada pelanggan dan obsesi terhadap kualitas memengaruhi kepuasan konsumen.

2. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan metode kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Manna Bakery & Cafe Gorontalo yang berada di Jl. Taman Bunga, Kel. Moodu, Kota Gorontalo. Objek dalam penelitian ini adalah konsumen Manna Bakery & Cafe Gorontalo. Variabel dalam penelitian ini terdiri atas dua variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen dalam hal ini Total Quality Management terdiri atas variabel Fokus pada Pelanggan (X1) dan variabel Obsesi terhadap Kualitas (X2). Variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui wawancara dan kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling, tepatnya purposive sampling. Dalam penentuan jumlah sampel diperoleh hasil sejumlah 96 responden, yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden. Adapun alat uji analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fokus pada pelanggan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar $0,922 > 0,05$ dan nilai t -hitung ($0,098$) $< t$ -tabel ($1,984$). Obsesi terhadap kualitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t -hitung ($4,558$) $> t$ -tabel ($1,984$). Secara simultan, variabel fokus pada pelanggan dan obsesi terhadap kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Manna Bakery & Cafe Gorontalo sebesar 51,6%, sedangkan sisanya sebesar 48,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

3.2 Pembahasan

3.2.1 Pengaruh Fokus Pada Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diperoleh, dikatakan bahwa dalam penelitian ini variabel fokus pada pelanggan (X_1) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,922 > 0,05$. Artinya, terdapat hubungan yang berlawanan antara variabel independen fokus pada pelanggan dengan variabel dependennya yaitu kepuasan konsumen. Dalam uji hipotesis, variabel fokus pada pelanggan terhadap kepuasan konsumen memperoleh hasil dengan nilai signifikansi yang jauh lebih besar dari tingkat signifikansi. Artinya, ketika terjadi peningkatan indikator fokus pada pelanggan maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan, demikian pula sebaliknya. Dengan demikian, H_{01} diterima dan H_{a1} ditolak.

Penulis menemukan bahwa hasil ini tidak sejalan dengan beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh Pebriani dan Kastawan (2018) yang menyatakan bahwa fokus pada pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga, dibandingkan dengan hasil penelitian sebelumnya, penelitian yang dilakukan penulis menunjukkan hasil yang berbeda. Dengan kata lain, terdapat ketidaksesuaian antara hasil penelitian ini dengan penelitian lain yang memiliki topik relevan.

Karakteristik perusahaan-perusahaan yang sukses dalam membentuk fokus pada pelanggan menurut Whitely dalam Goestch dan David, yang berkaitan dengan hasil penelitian Kurniawan (2013), yaitu: penjabaran dengan pelanggan, kemauan untuk mengidentifikasi dan mengatasi permasalahan pelanggan, memanfaatkan informasi dari pelanggan, serta mendekati pelanggan atau membina hubungan baik dengan pelanggan. Secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa fokus pada pelanggan adalah upaya pendekatan bisnis yang berfokus pada interaksi antara suatu unit bisnis dengan konsumennya.

Adanya hubungan negatif dalam penelitian ini antara variabel fokus pada pelanggan terhadap variabel dependennya dipengaruhi oleh beberapa faktor atau kondisi yang penulis jabarkan berdasarkan kondisi empiris pada objek penelitian. Pertama, pendekatan fokus pada pelanggan menggunakan metode yang belum cukup efektif dan sesuai dengan karakteristik konsumen Manna Bakery & Cafe Gorontalo. Kedua, ditemukan konsumen yang cenderung tidak peduli dengan metode pendekatan fokus pada pelanggan yang dilakukan Manna Bakery & Cafe Gorontalo, hal ini ditunjukkan oleh responden yang sebagian besar memilih opsi "netral" untuk mengemukakan pendapatnya. Ketiga, pada beberapa kasus, hal ini juga dipengaruhi oleh karakteristik konsumen yang berbeda berdasarkan jenis kelamin. Konsumen yang berbeda jenis kelamin memiliki pendekatan berbeda dalam pengambilan keputusan untuk pemenuhan kebutuhannya. Berdasarkan penelitian Henrieta (2012) serta Aluwan & Rahmah (2021), disepakati bahwa konsumen perempuan cenderung menjadi konsumen impulsif dibandingkan dengan konsumen laki-laki. Hal ini juga ditunjukkan oleh hasil analisis data dalam penelitian ini, di mana jumlah konsumen perempuan lebih banyak dibandingkan dengan konsumen laki-laki. Keempat, konsumen cenderung tidak komunikatif dan jarang secara terbuka mengungkapkan keinginan maupun kebutuhan atas produk atau jasa yang ditawarkan Manna Bakery & Cafe Gorontalo.

3.2.2 Pengaruh Obsesi Terhadap Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diperoleh, dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini variabel obsesi terhadap kualitas (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya, terdapat hubungan positif antara variabel independen obsesi terhadap kualitas dengan variabel dependen kepuasan konsumen. Ketika terjadi peningkatan indikator obsesi terhadap kualitas, maka kepuasan konsumen akan turut meningkat, demikian pula sebaliknya. Dengan demikian, H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak.

Penulis menemukan bahwa hasil ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Pebriani dan Kastawan (2018) yang menyatakan bahwa variabel obsesi terhadap kualitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Perusahaan atau unit bisnis yang ideal adalah perusahaan yang menjalankan rangkaian proses produksi maupun pelayanan dengan memperhatikan pemenuhan kebutuhan konsumen melalui orientasi pada kualitas.

Karakter konsumen modern menghendaki pemenuhan kebutuhan dengan proses yang cepat, tetapi tetap mengutamakan kualitas terbaik. Seperti yang dikemukakan oleh Lovelock et al. dalam Zakaria (2017), rendahnya kualitas akan menempatkan perusahaan pada kerugian kompetitif dan berpotensi membuat konsumen yang tidak puas meninggalkan produk maupun layanan yang ditawarkan. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas produk maupun layanannya.

Obsesi terhadap kualitas yang diterapkan oleh Manna Bakery & Cafe dibuktikan dengan berbagai upaya dalam menjaga sekaligus meningkatkan kualitas produk maupun layanan. Hal ini terlihat dari komitmen Manna Bakery & Cafe dalam menjaga kebersihan dan kenyamanan konsumen, penyediaan area outdoor dan indoor café yang nyaman, lahan parkir yang luas, hall dengan kapasitas besar, efektivitas proses order-produksi-penyajian produk, serta upaya menjaga kualitas produk hingga sampai ke tangan konsumen. Selain itu, tersedia pula kemudahan akses untuk memperoleh produk substitusi lainnya.

Konsistensi Manna Bakery & Cafe dalam menjaga kualitas produk dan layanan menjadi kunci keberhasilan unit usaha ini dalam menghadapi persaingan kompetitif saat ini. Obsesi terhadap peningkatan mutu atau kualitas inilah yang menjadi poin penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen di Manna Bakery & Cafe Gorontalo.

3.2.3 Pengaruh Fokus Pada pelanggan dan Obsesi Terhadap kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh, dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini variabel fokus pada pelanggan (X1) dan obsesi terhadap kualitas (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya, secara simultan atau bersama-sama terdapat hubungan positif antara variabel independen fokus pada pelanggan dan obsesi terhadap kualitas dengan variabel dependen kepuasan konsumen. Dalam uji hipotesis simultan, diperoleh hasil dengan nilai signifikansi yang lebih rendah dari tingkat signifikansi yang ditentukan. Hal ini berarti bahwa ketika terjadi peningkatan indikator fokus pada pelanggan dan obsesi terhadap kualitas, maka kepuasan konsumen juga akan meningkat, demikian pula sebaliknya. Dengan demikian, H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak.

Kepuasan konsumen terjadi karena adanya kesesuaian antara harapan dengan kenyataan ketika kebutuhan yang diinginkan dapat terpenuhi. Manna Bakery & Cafe Gorontalo secara aktif melakukan peningkatan kualitas dengan terus memperhatikan kebutuhan konsumen seiring berjalannya waktu. Peningkatan kualitas yang selalu berorientasi pada konsumen inilah yang menjadi pendorong utama tercapainya kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen tercermin ketika konsumen secara sadar bersedia merekomendasikan produk dan layanan Manna Bakery & Cafe Gorontalo kepada pihak lain. Selain itu, kepuasan juga terlihat dari keinginan konsumen untuk kembali berkunjung, menikmati penawaran produk dan layanan lainnya, serta menjadikan Manna sebagai alternatif tujuan utama.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Pebriani dan Kastawan (2018), Noori (2020), Soo Kim (2016), serta Elan dan Kusmindah (2016), yang sama-sama menegaskan bahwa fokus pada pelanggan dan obsesi terhadap kualitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Total Quality Management (TQM), yang dalam hal ini terdiri dari Fokus pada Pelanggan (X1) dan Obsesi terhadap Kualitas (X2), berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Manna Bakery & Cafe Gorontalo. Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh melalui 100 responden, dapat disimpulkan bahwa:

1. Fokus pada Pelanggan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai $t\text{-hitung}$ ($0,098$) $<$ $t\text{-tabel}$ ($1,984$), yang berarti bahwa fokus pada pelanggan tidak memengaruhi kepuasan konsumen Manna Bakery & Cafe Gorontalo.
2. Obsesi terhadap Kualitas (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai $t\text{-hitung}$ ($4,558$) $>$ $t\text{-tabel}$ ($1,984$), yang berarti bahwa obsesi terhadap kualitas memengaruhi kepuasan konsumen Manna Bakery & Cafe Gorontalo.

Berdasarkan temuan tersebut, penulis menyampaikan beberapa saran yang kiranya dapat memberikan manfaat bagi pihak terkait maupun penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Orientasi bisnis pada pelanggan dan kualitas

Meskipun fokus pada pelanggan tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam penelitian ini, orientasi bisnis yang memperhatikan kebutuhan konsumen tetap menjadi strategi penting untuk keberlangsungan usaha. Namun, hal ini perlu diimbangi dengan obsesi pada kualitas, baik dari sisi produk maupun pelayanan. Mutu produk dan layanan yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen dan mendorong terciptanya loyalitas. Oleh karena itu, Manna Bakery & Cafe Gorontalo perlu terus melakukan pengkajian tidak hanya pada tren pasar, tetapi juga pada peningkatan mutu produk dan layanan secara berkelanjutan.

2. Pengembangan dimensi TQM dalam penelitian selanjutnya
Untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif, studi selanjutnya disarankan menambahkan dimensi lain dalam Total Quality Management, tidak hanya terbatas pada fokus pada pelanggan dan obsesi terhadap kualitas. Dimensi lain seperti keterlibatan karyawan, perbaikan berkelanjutan (continuous improvement), serta dukungan manajemen puncak dapat memperkaya analisis dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen.
3. Rujukan bagi penelitian selanjutnya
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian berikutnya dengan ruang lingkup yang sama. Penelitian mendatang dapat dilakukan dengan memperluas objek penelitian, menambah jumlah responden, atau menggunakan pendekatan analisis yang berbeda agar hasil yang diperoleh lebih mendalam dan bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan serta praktik manajerial, khususnya dalam penerapan prinsip-prinsip TQM.

REFERENSI

- [1] Angelica, Made Lia. 2022. Perspektif Konsumen Terhadap Total Quality Management (Tqm) Pada Kepuasan Pelanggan Di Asoka Coffee. (Skripsi Sarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Yogyakarta.
- [2] Bangun, Rejeki., dkk. 2024. Total Quality Management Key Concepts and Case Studies. Bandung. Widina Media Utama
- [3] Elan, Umi., Dina Harining Kusmindah. 2016. Pengaruh Total Quality Management Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Departemen BUBI (Bidang Usaha Barang Industri) PT. Varia Usaha Di Gresik. Jurnal Fakultas Ekonomi, Gema Ekonomi Vol 5, No. 2.
- [4] Fahmi, Irham. 2017. Manajemen Strategis, Teori dan Aplikasi. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- [5] Julipani, Sheline dan Zahwa Syafitri. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di UPDT Laboratorium Kesehatan Provinsi Jawa Barat. Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan. Politeknik Piksi Ganesha Vol. 9, No. 2.
- [6] Nassar, Moshood Lanrewaju., Khadijat Adenola Yahaya, dan Christiana Yemisi Shorun. 2015. Total Quality Management And Customer Satisfaction In Selected Service Industries In Ilorin, Nigeria. Pennsylvania: Journal of Sustainable Development in Africa Vol. 17, No. 6.
- [7] Noori, Abdul Hakim. 2020. Impact Of Total Quality Management Practice On Customer Retention and Satisfaction. India: IJM Vivekananda Global University Vol 11. DOI: 10.34218/IJM.11.12.2020.245
- [8] Pengaruh Implementasi Total Quality Management Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Barjaz Di Denpasar. Bali: E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 3. DOI: <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i03.p019>
- [9] Segara, I Gede Bayu Mertha dan I Gede Merta Sudiartha. 2019. Peran Kualitas Pelayanan Dalam Memediasi Pengaruh Total Quality Management Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Bali Tour. Bali: E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana Vol. 8 No 5. DOI: <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i05.p24>
- [10] Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D. Bandung: Alfabeta
- [11] Tjiptono, F., & Diana, A. 2016. Brand Management & Strategy. Yogyakarta: Andi.