

STRATEGI IMPLEMENTASI TQM DALAM MENINGKATKAN KINERJA OPERASIONAL DAN KEPUASAN PELANGGAN PADA MCDONALD'S

Liviana Nadila Azahra Putri¹⁾, Miftakul Huda²⁾, Fianto Ady Sucipto³⁾, Rifki Rahman⁴⁾,
Eka Dwi Ambarani Putri⁵⁾

¹⁻⁵ Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa

email: liviananadila02@gmail.com, miftakulhuda@pelitabangsa.ac.id, fiantoadysucipto@gmail.com,
rifkirahman11@gmail.com, ekadambaranip@gmail.com

Abstract

This study aims to evaluate the implementation of Total Quality Management (TQM) strategies in improving operational efficiency and customer satisfaction in McDonald's fast-food restaurants. TQM is applied as a holistic approach to ensure the quality of products and services at every stage of operations, supported by regular quality audits and employee training. The study employs a quantitative method by collecting data through questionnaires distributed to 101 respondents. The respondents provided their perceptions regarding various aspects of service, such as service speed, order accuracy, and staff friendliness. The findings indicate that TQM implementation significantly contributes to improving operational performance and customer satisfaction. McDonald's has successfully maintained its global quality standards by prioritizing continuous quality improvement. However, certain aspects, such as managing orders during off-peak hours and order accuracy, require further attention. These results highlight that TQM not only enhances McDonald's competitiveness in the fast-food industry but also improves customer experiences. For future research, it is recommended to explore the financial impacts of TQM implementation and expand the study's scope to different locations to achieve more representative results.

Keywords: Total Quality Management (TQM), Operational Performance, Customer Satisfaction

1. PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan perekonomian di Indonesia sangat pesat seiring dengan pertumbuhan perekonomian di segala bidang termasuk franchise (waralaba) [1]. Restoran cepat saji seperti McDonald's tidak hanya bersaing dengan restoran sejenis, tetapi juga harus menanggapi perubahan preferensi konsumen yang lebih kritis terhadap kualitas, kecepatan layanan, dan keamanan produk. Oleh sebab itu, menjaga serta meningkatkan kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama agar tetap relevan dan unggul dalam pasar [2].

Sektor restoran cepat saji, yang terkenal dengan sektor paling dinamis dan kompetitif di dunia selalu menghadapi tantangan dalam menjaga kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. McDonald's sebagai pemimpin besar di industri ini, dikenal akan efisiensi manajemen operasional dan inovasi layanan mereka [3]. Total Quality Management adalah pendekatan

strategis yang menekankan peningkatan terus-menerus di semua aspek operasional bisnis. Dalam konteks restoran cepat saji, TQM diterapkan untuk memastikan kualitas pada setiap tahap operasional, mulai dari pelatihan karyawan hingga audit kualitas rutin [4].

Selain itu, perhatian konsumen terhadap aspek keberlanjutan semakin meningkat. Oleh karena itu, penerapan TQM di McDonald's harus mencakup upaya yang memperhatikan isu lingkungan, seperti pengelolaan limbah yang efektif, penggunaan bahan baku ramah lingkungan, dan pengoptimalan energi dalam seluruh operasional restoran. Integrasi prinsip keberlanjutan dalam TQM dapat menjadi faktor pembeda bagi McDonald's, terutama dengan semakin tingginya kesadaran lingkungan di kalangan generasi muda.

Dalam situasi pasar yang terus berubah, TQM juga perlu mengintegrasikan manajemen risiko secara menyeluruh. Sebagai contoh,

McDonald's harus memastikan bahwa setiap cabangnya dapat beradaptasi dengan tantangan operasional, seperti gangguan dalam rantai pasok atau perubahan kebijakan lokal yang tiba-tiba. Strategi ini membutuhkan pendekatan TQM yang fleksibel tanpa mengesampingkan standar global yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Total Quality Management (TQM) adalah pendekatan strategis untuk meningkatkan kualitas secara menyeluruh. TQM tidak hanya berfokus pada kualitas produk, tetapi juga pada seluruh proses yang ada di dalam organisasi tersebut seperti pelatihan karyawan, pengendalian kualitas makanan, dan peningkatan operasional [5]. Dengan mengimplementasikan TQM, perusahaan dapat memastikan setiap bagian dari proses bisnis berorientasi pada peningkatan kualitas yang terukur dan berkesinambungan [6].

Riwayat penerapan TQM di McDonald's menunjukkan Upaya berkelanjutan untuk mengembangkan sistem efisien dan konsisten di seluruh dunia. Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada produk akhir, tetapi juga pada proses yang mendukung produksi dan penyampaian layanan [7]. Kepuasan pelanggan adalah indikator utama kesuksesan. Pelanggan yang puas akan menggunakan jasa atau produk yang membuat ia merasa puas sedangkan pelanggan yang tidak puas atau kecewa akan memberikan respon yang buruk mengenai pengalaman buruknya [8]. Dengan mendengarkan umpan balik pelanggan dan melakukan penyesuaian yang diperlukan, McDonald's terus berinovasi dan meningkatkan layanannya.

Strategi implementasi TQM membantu McDonald's mempertahankan standar tinggi dan menyesuaikan diri dengan perubahan pasar, sehingga memperkuat posisinya sebagai pemimpin industri restoran cepat saji [9]. Dalam konteks McDonald's, penerapan TQM dapat dilihat dari berbagai strategi yang mereka terapkan untuk menjamin standar kualitas global, seperti kontrol kualitas bahan baku, peningkatan efisiensi operasional di setiap cabang, hingga

pelayanan yang konsisten [10]. Diharapkan bahwa penerapan TQM di McDonald's akan memberikan dampak positif dalam meningkatkan kinerja operasional dan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada peningkatan profitabilitas dan keberlanjutan bisnis [11].

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi implementasi Total Quality Management yang diterapkan oleh McDonald's dan dampaknya terhadap kinerja operasional serta kepuasan pelanggan. Melalui studi ini, diharapkan dapat memberikan wawasan bagi perusahaan restoran cepat saji lainnya dalam menerapkan TQM sebagai strategi untuk mencapai kualitas layanan yang unggul dan memenuhi ekspektasi pelanggan [12].

Aspek lain yang penting adalah perlunya McDonald's mengintegrasikan unsur-unsur budaya lokal dalam implementasi TQM, terutama di negara-negara dengan preferensi kuliner yang beragam seperti Indonesia. Penyesuaian ini dapat membantu McDonald's tidak hanya dalam memenuhi ekspektasi pelanggan tetapi juga dalam membangun keterikatan emosional yang lebih kuat dengan komunitas setempat.

Pendekatan inovatif dalam TQM ini memungkinkan McDonald's berperan lebih dari sekadar perusahaan bisnis, melainkan sebagai agen perubahan sosial yang dapat memengaruhi gaya hidup, kebiasaan konsumen, hingga kebijakan publik. Penelitian ini diharapkan menjadi panduan tidak hanya untuk industri restoran cepat saji, tetapi juga bagi sektor lain yang berupaya mengintegrasikan TQM dengan teknologi, prinsip keberlanjutan, dan adaptasi terhadap budaya lokal.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi metode kuantitatif untuk mengumpulkan dan menganalisis data terkait kepuasan pelanggan di restoran cepat saji. Metode ini melibatkan pengumpulan data numerik melalui survei yang disebarkan kepada responden yang dipilih secara acak dari pelanggan McDonald's.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan di McDonald's dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui survei yang disebarakan kepada 101 responden yang merupakan pelanggan yang pernah mengunjungi McDonald's. Survei ini terdiri dari sejumlah pertanyaan yang mengukur berbagai aspek layanan, seperti kepuasan terhadap kualitas makanan, ketepatan waktu pesanan, kesalahan pesanan, kebersihan restoran, serta pelayanan pada jam sibuk dan penanganan keluhan pelanggan.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan karakteristik atau fenomena yang ada, berdasarkan data yang terkumpul. Penelitian ini berfokus pada pengukuran persepsi pelanggan terhadap layanan McDonald's menggunakan skala Likert [13].

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan McDonald's yang telah menggunakan layanan restoran tersebut dalam waktu tiga bulan terakhir. Sampel penelitian diambil secara purposive, yaitu memilih 101 responden yang bersedia mengisi kuesioner dan memiliki pengalaman langsung dengan layanan McDonald's. Kriteria inklusi untuk responden adalah berusia minimal 18 tahun dan pernah melakukan pembelian di McDonald's selama periode tersebut.

Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang terdiri dari 20 pertanyaan dengan skala Likert 1-5 (sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, sangat setuju).

Metode Pengumpulan Data

Data dikumpulkan menggunakan teknik survei daring (online) dengan menggunakan platform kuesioner seperti Google Forms. Survei ini disebarakan kepada 101 responden yang memenuhi kriteria inklusi. Responden diminta untuk menjawab setiap pertanyaan berdasarkan pengalaman mereka menggunakan layanan di McDonald's dalam tiga bulan terakhir. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara deskriptif.

Metode Analisis Data

- Analisis Deskriptif: Menggunakan SPSS untuk menghitung mean, median, modus, standar deviasi, dan variansi dari variabel-variabel penelitian.
- Uji Validitas dan Reliabilitas: Menggunakan SPSS untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian (kuesioner).
- Analisis Regresi Linear: Menggunakan SPSS untuk menguji hubungan antara variabel independen (TQM) dengan variabel dependen (Kinerja Operasional dan Kepuasan Pelanggan).
- Analisis Korelasi: Menggunakan SPSS untuk menguji hubungan antara variabel-variabel penelitian.
- Uji Hipotesis: Menggunakan SPSS untuk menguji hipotesis penelitian.

Prosedur Penelitian

- Pengumpulan Data: Mengumpulkan data melalui kuesioner dan sumber data sekunder.
- Pembersihan Data: Membersihkan data dari kesalahan-kesalahan pengisian kuesioner.
- Pengolahan Data: Menggunakan SPSS untuk mengolah data.
- Analisis Data: Melakukan analisis deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi linear, analisis korelasi, dan uji hipotesis.
- Penginterpretasian Hasil: Menginterpretasikan hasil analisis data untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menguji hipotesis.

- f) Pembuatan Laporan: Membuat laporan penelitian yang sistematis dan jelas.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan mengevaluasi kepuasan pelanggan dan kualitas layanan di restoran cepat saji McDonald's melalui survei yang melibatkan 101 responden. Survei ini mengukur beberapa aspek utama layanan, termasuk kepuasan terhadap kualitas makanan, ketepatan waktu pesanan, kesalahan pesanan, serta kebersihan dan layanan pada jam sibuk. Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai persepsi pelanggan terhadap layanan yang disediakan.

1. Deskriptif Karakteristik Responden

Usia				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16-20 tahun	8	8.0	8.0
	21-30 tahun	69	69.0	77.0
	>30 tahun	23	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

Gambar 1. Usia

Berdasarkan distribusi usia pada table di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden berasal dari kelompok usi 21-30 tahun dengan jumlah 69 atau 69% dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah orang dewasa muda. Kelompok kedua terbesar adalah kelompok usia lebih dari 30 tahun dengan jumlah 23 atau 23% dari total responden. Data responden dalam penelitian ini menunjukkan keterwakilan kelompok usia dewasa yang cukup baik.

2. Validitas

Correlations									
	kinerja Operasional	apakah pesanan anda selalu cepat dan tepat waktu?	seberapa sering anda mengalami kesalahan pesanan?	apakah makanan selalu sesuai dengan standar kualitas?	seberapa cepat layanan McDonald's pada saat jam sibuk?	pelayanan anda mengalami kekurangan stok menu?	apakah staf McDonald's terlihat terlatih?	apakah staf McDonald's responsif terhadap kebutuhan pelanggan?	apakah staf McDonald's merespon kebutuhan pelanggan?
Kinerja Operasional	Pearson Correlation	1	.558 ^{**}	.221 [*]	.537 ^{**}	.572 ^{**}	.604 ^{**}	.589 ^{**}	.606 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		<.001	.027	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
N		100	100	100	100	100	100	100	100
apakah pesanan anda selalu cepat dan tepat waktu?	Pearson Correlation		1	-.128	.175	.205 [*]	.237 ^{**}	.307 ^{**}	.347 ^{**}
	Sig. (2-tailed)			<.001	.080	.082	.045	.018	<.001
N		100	100	100	100	100	100	100	100
seberapa sering anda mengalami kesalahan pesanan?	Pearson Correlation			1	-.277 ^{**}	.016	.071	-.128	-.047
	Sig. (2-tailed)				<.001	.885	.486	.212	.643
N		100	100	100	100	100	100	100	100
apakah makanan selalu sesuai dengan standar kualitas?	Pearson Correlation				1	.230 [*]	.248 ^{**}	.467 ^{**}	.265 [*]
	Sig. (2-tailed)					<.001	.013	<.001	.088
N		100	100	100	100	100	100	100	100
seberapa cepat layanan McDonald's pada saat jam sibuk?	Pearson Correlation					1	.296 ^{**}	.152	.322 ^{**}
	Sig. (2-tailed)						<.001	.130	.081
N		100	100	100	100	100	100	100	100
pelayanan anda mengalami kekurangan stok menu?	Pearson Correlation						1	.128	.186 [*]
	Sig. (2-tailed)							<.001	.047
N		100	100	100	100	100	100	100	100
apakah staf McDonald's terlihat terlatih?	Pearson Correlation							1	.296 ^{**}
	Sig. (2-tailed)								<.001
N		100	100	100	100	100	100	100	100
apakah staf McDonald's responsif terhadap kebutuhan pelanggan?	Pearson Correlation								1
	Sig. (2-tailed)								
N		100	100	100	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Gambar 2. Uji Validitas X

Untuk mempermudah melihat hasil dari uji validitas di atas, maka akan dipindahkan ke dalam table berikut:

Tabel 1. Uji Validitas X

No X	Nama Variabel	>/< 0.05	Keterangan
X1	apakah pesanan anda selalu cepat dan tepat waktu?	<0.001	Valid
X2	seberapa sering anda mengalami kesalahan pesanan?	0.027	Valid
X3	apakah makanan selalu sesuai dengan standar kualitas?	<0.001	Valid
X4	seberapa cepat layanan McDonald's pada saat jam sibuk?	<0.001	Valid
X5	pernahkan anda mengalami kekurangan stok menu?	<0.001	Valid
X6	apakah staf McDonald's terlihat terlatih?	<0.001	Valid
X7	apakah staf McDonald's responsif terhadap kebutuhan pelanggan?	<0.001	Valid

Berdasarkan hasil validitas pada variabel dependent kepuasan pelanggan terlihat bahwa seluruh indicator memiliki p-value < 0.05 yang mengindikasikan bahwa indicator valid. Berikut uji validitas untuk variabel dependent yaitu kepuasan pelanggan:

		Correlations									
		kepuasan pelanggan McDonald's	seberapa puas anda dengan layanan di McDonald's?	bagaimana anda menilai kebersihan dan kualitas makanan di McDonald's?	seberapa konsisten McDonald's menjaga kualitas layanan dan produk?	apakah ada peningkatan kualitas layanan baru-baru ini?	apakah keluhan anda tentang McDonald's dapat diatasi?	apakah keluhan anda tentang McDonald's dapat diatasi?	apakah keluhan anda tentang McDonald's dapat diatasi?	apakah keluhan anda tentang McDonald's dapat diatasi?	apakah keluhan anda tentang McDonald's dapat diatasi?
kepuasan pelanggan McDonald's	Person Correlation	1	.621**	.738**	.706**	.698**	.622**	.685**	.632**	.659**	
seberapa puas anda dengan layanan di McDonald's?	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
bagaimana anda menilai kebersihan dan kualitas makanan di McDonald's?	Person Correlation	.621**	1	.525**	.566**	.596**	.514**	.584**	.538**	.561**	
seberapa konsisten McDonald's menjaga kualitas layanan dan produk?	Sig. (2-tailed)			<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
apakah ada peningkatan kualitas layanan baru-baru ini?	Person Correlation	.738**	.525**	1	.535**	.528**	.382**	.522**	.435**	.429**	
apakah keluhan anda tentang McDonald's dapat diatasi?	Sig. (2-tailed)				<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
apakah keluhan anda tentang McDonald's dapat diatasi?	Person Correlation	.698**	.596**	.596**	1	.448**	.217	.285**	.384**	.429**	
apakah keluhan anda tentang McDonald's dapat diatasi?	Sig. (2-tailed)					<.001	.030	.004	<.001	<.001	
apakah keluhan anda tentang McDonald's dapat diatasi?	Person Correlation	.622**	.514**	.382**	.448**	1	.287**	.287**	.514**	.388**	
apakah keluhan anda tentang McDonald's dapat diatasi?	Sig. (2-tailed)						<.001	<.001	<.001	<.001	
apakah keluhan anda tentang McDonald's dapat diatasi?	Person Correlation	.685**	.584**	.528**	.285**	.287**	1	.318**	.382**	.298**	
apakah keluhan anda tentang McDonald's dapat diatasi?	Sig. (2-tailed)							<.001	<.001	<.001	
apakah keluhan anda tentang McDonald's dapat diatasi?	Person Correlation	.632**	.561**	.435**	.429**	.388**	.318**	1	.339**	.322**	
apakah keluhan anda tentang McDonald's dapat diatasi?	Sig. (2-tailed)								<.001	<.001	
apakah keluhan anda tentang McDonald's dapat diatasi?	Person Correlation	.659**	.561**	.429**	.298**	.322**	.339**	.322**	1	.258**	
apakah keluhan anda tentang McDonald's dapat diatasi?	Sig. (2-tailed)									<.001	
apakah keluhan anda tentang McDonald's dapat diatasi?	Person Correlation	.632**	.435**	.429**	.298**	.322**	.339**	.322**	.258**	1	
apakah keluhan anda tentang McDonald's dapat diatasi?	Sig. (2-tailed)										

Gambar 3. Uji Validitas Y

Untuk mempermudah melihat hasil dari uji validitas di atas, maka akan dipindahkan ke dalam table berikut.

Tabel 2. Uji Validitas Y

No	Nama Variabel	>/< 0.05	Keterangan
Y1	seberapa puas anda dengan layanan di McDonald's?	<0.001	Valid
Y2	seberapa puas anda dengan kualitas makanan di McDonald's?	<0.001	Valid
Y3	bagaimana anda menilai kebersihan dan kualitas makanan?	<0.001	Valid
Y4	seberapa konsisten McDonald's menjaga kualitas layanan dan produk?	<0.001	Valid
Y5	apakah ada peningkatan kualitas layanan McDonald's baru-baru ini?	<0.001	Valid

Y6 seberapa besar McDonald's memperhatikan umpan balik pelanggan? <0.001 Valid

Y7 seberapa puas anda dengan kebersihan di McDonald's? <0.001 Valid

Y8 apakah suasana di McDonald's nyaman untuk menikmati makanan? <0.001 Valid

Y9 apakah keluhan anda ditangani dengan cepat dan memuaskan? <0.001 Valid

Berdasarkan hasil validitas pada variabel dependent kepuasan pelanggan terlihat bahwa seluruh indicator memiliki p-value < 0.05 yang mengindikasikan bahwa indicator valid.

3. Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.788	7

Gambar 4. Reliability Statistics

Berdasarkan uji reliabilitas pada variabel independent Kinerja Operasional diperoleh nilai cronbach's alpha sebesar 0.788 yang lebih besar dari 0.7 menunjukkan reliabilitas yang baik, artinya instrumen memiliki konsistensi internal yang memadai.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.826	9

Gambar 5. Reliability Statistics

Berdasarkan uji reliabilitas pada variabel dependent Kepuasan Pelanggan diperoleh nilai cronbach's alpha sebesar 0.826 yang lebih besar dari 0.7 menunjukkan reliabilitas yang baik, artinya instrumen memiliki konsistensi internal yang memadai.

4. Korelasi

Correlations

		Kepuasan Pelanggan	Kinerja Operasional
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	1	.658**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	100	100
Kinerja Operasional	Pearson Correlation	.658**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

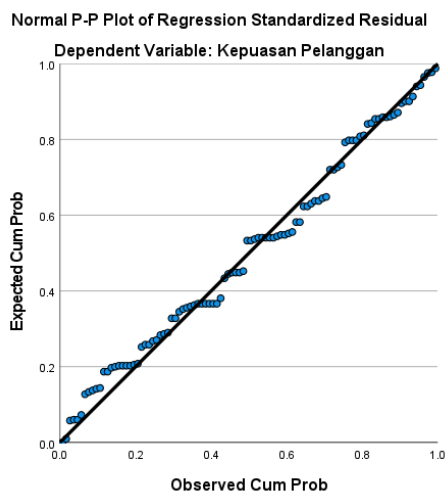
Gambar 6. Uji Korelasi

Berdasarkan hasil uji korelasi Pearson menunjukkan bahwa hubungan antara kepuasan pelanggan dan kinerja operasional memiliki koefisien korelasi sebesar 0.658, yang mengindikasikan hubungan yang cukup kuat. Nilai signifikansi sebesar <0.001, jauh di bawah 0.05, menunjukkan bahwa hubungan ini signifikan secara statistik. Dengan demikian, terdapat keterkaitan yang signifikan antara kepuasan pelanggan dan kinerja operasional dalam data ini.

5. Regresi

a) Uji Normalitas

Output Probability-Plot



Gambar 7. Uji Normalitas
Dari data terlampir selalu mengikuti dan mendekati garis diagonal yang berarti **model regresi terdistribusi normal.**

b) Uji Multikolinieritas

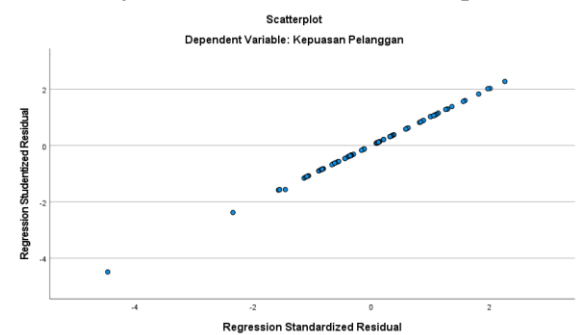
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.524	2.800		3.759	<.001		
	Kinerja Operasional	.961	.111	.658	8.641	<.001	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Gambar 8. Uji Multikolinieritas
Berdasarkan nilai VIF 1,000 < 10, maka tidak terjadi multikolinieritas.

c) Uji Heteroskedastisitas Scatterplots



Gambar 9. Uji Heteroskedastisitas Scatterplots
Kesimpulan: Tidak terjadi masalah Heteroskedastisitas, sehingga model regresi yang baik dan ideal dapat dipenuhi.

c) Uji signifikan keseluruhan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1288.088	1	1288.088	74.665	<.001 ^b
	Residual	1690.662	98	17.252		
	Total	2978.750	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
b. Predictors: (Constant), Kinerja Operasional

Gambar 10. Uji Signifikan Keseluruhan
Jika nilai Sig. < 0,05 maka artinya Variabel Independen (X Kinerja Operasional) secara simultan **Berpengaruh Signifikan terhadap Variabel Dependent (Y Kepuasan Pelanggan).**

d) Model persamaan (Y=a+bX)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.524	2.800		3.759	<.001		
	Kinerja Operasional	.961	.111	.658	8.641	<.001	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Gambar 11. Uji Koefisien

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 10,524 + 0,961 X + e$$

Intrepretasi :

- Apabila tidak ada Kinerja Operasional, maka Kepuasan Pelanggan akan bernilai 10,524.
- X (Kinerja Operasional) setiap penambahan 1 poin, maka Kepuasan Pelanggan akan bertambah sebanyak 0,961.

e) Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.658 ^a	.432	.427	4.154	1.457

a. Predictors: (Constant), Kinerja Operasional

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Gambar 12. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi sebesar 0,658 atau 65,8% menunjukkan bahwa keragaman kepuasan pelanggan sebesar 65,8% dijelaskan oleh kinerja operasional.

6. Interpretasi Data/Pembahasan

1) Karakteristik Responden

Mayoritas responden berusia 21–30 tahun (69%), menunjukkan bahwa pelanggan utama McDonald's berasal dari segmen dewasa muda. Hal ini relevan karena kelompok usia ini cenderung aktif menggunakan layanan cepat saji, memiliki ekspektasi tinggi terhadap layanan cepat dan efisien, serta menjadi target pasar utama McDonald's. Keterwakilan usia yang baik (23% di atas 30 tahun) juga memperkuat validitas data sebagai refleksi pengalaman pelanggan lintas kelompok umur.

2) Validitas dan Reliabilitas

a. Validitas

Seluruh indikator pada variabel independen (kinerja operasional) dan dependen (kepuasan pelanggan) menunjukkan p-value < 0,05, mengindikasikan validitas yang baik. Artinya, setiap indikator secara akurat mengukur aspek yang menjadi fokus penelitian, seperti:

- Kecepatan layanan pada jam sibuk.
- Ketepatan pesanan.
- Kualitas makanan dan kebersihan restoran.

b. Reliabilitas

Nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,788 (kinerja operasional) dan 0,826 (kepuasan pelanggan) menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki konsistensi internal yang baik. Hal ini memastikan bahwa data yang dihasilkan stabil dan dapat diandalkan.

3) Hubungan antara Kinerja Operasional dan Kepuasan Pelanggan

a. Korelasi

Koefisien korelasi sebesar 0,658 menunjukkan hubungan yang cukup kuat antara kinerja operasional dan kepuasan pelanggan. Nilai signifikansi <0,001 menegaskan bahwa hubungan ini bukan terjadi secara kebetulan. Artinya:

- Pelanggan yang merasakan kualitas operasional yang baik, seperti layanan cepat dan akurat, cenderung lebih puas.
- Kinerja operasional menjadi faktor utama yang memengaruhi pengalaman pelanggan di McDonald's.

b. Analisis Regresi

Model regresi yang dihasilkan adalah:

$$Y = 10,524 + 0,961X + e$$

- Intercept (10,524): Menunjukkan bahwa tanpa kontribusi dari kinerja operasional (X), tingkat dasar kepuasan pelanggan tetap berada pada nilai positif, kemungkinan dipengaruhi oleh faktor lain seperti merek yang kuat atau harga yang kompetitif.
- Koefisien X (0,961): Mengindikasikan bahwa setiap peningkatan 1 poin dalam kinerja operasional akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,961 poin. Ini menunjukkan betapa pentingnya aspek operasional dalam membangun kepuasan pelanggan.

c. Koefisien Determinasi

Sebesar 65,8% variasi dalam kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kinerja operasional. Sisanya, 34,2%, kemungkinan dipengaruhi oleh faktor lain seperti promosi, harga, atau preferensi individu.

4) Kinerja Operasional di McDonald's

a. Kecepatan Layanan dan Ketepatan Pesanan

Indikator kecepatan dan akurasi pesanan menunjukkan validitas yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa McDonald's telah memenuhi ekspektasi pelanggan dalam memberikan layanan cepat dan meminimalkan kesalahan pesanan, terutama saat jam sibuk.

b. Kebersihan dan Responsivitas Staf

Kebersihan restoran dan responsivitas staf terhadap kebutuhan pelanggan mendapat penilaian valid dan reliabel. Aspek ini penting karena secara langsung memengaruhi pengalaman pelanggan selama berkunjung.

5) Implikasi Penelitian

Penelitian ini mengungkapkan pentingnya kinerja operasional dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Untuk McDonald's, hasil ini memberikan wawasan yang dapat digunakan untuk:

- Meningkatkan Layanan Operasional: Fokus pada pengurangan waktu tunggu, kesalahan pesanan, dan ketersediaan menu dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan.
- Peningkatan Pelatihan Staf: Pelatihan staf agar lebih responsif dan efisien dalam menghadapi kebutuhan pelanggan, terutama saat jam sibuk, dapat memperkuat hubungan positif antara kinerja operasional dan kepuasan pelanggan.
- Pengembangan Sistem: Implementasi teknologi seperti self-order kiosks atau aplikasi pemesanan dapat mendukung efisiensi operasional.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari jurnal ini menekankan bahwa implementasi Total Quality Management (TQM) pada restoran cepat saji seperti McDonald's membawa dampak yang besar terhadap kinerja operasional dan kepuasan pelanggan. Dengan menggunakan metode kuantitatif, penelitian ini membuktikan bahwa elemen-elemen inti TQM, seperti fokus pada

pelanggan, perbaikan berkelanjutan, pelatihan karyawan yang memadai, dan keterlibatan aktif dari manajemen, berkontribusi signifikan pada peningkatan efisiensi, kualitas layanan, dan produktivitas operasional.

Penerapan Total Quality Manajemen secara konsisten memungkinkan McDonald's mengelola waktu layanan dengan lebih efektif dan efisien, mengurangi kesalahan dalam proses operasional, dan meningkatkan kualitas produk yang diterima oleh pelanggan. Misalnya, fokus pada pelanggan berarti restoran selalu mendengarkan kebutuhan dan harapan pelanggan, sehingga dapat memberikan layanan yang responsif dan relevan. Perbaikan berkelanjutan juga mengharuskan McDonald's melakukan evaluasi dan pembaruan terhadap prosedur dan standar layanan mereka, yang pada akhirnya menghasilkan proses yang lebih baik dan pengalaman pelanggan yang optimal.

Penelitian ini juga menunjukkan hubungan erat antara kualitas layanan dengan tingkat kepuasan pelanggan, yang menjadi kunci untuk mempertahankan loyalitas mereka. Kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas makanan, tetapi juga oleh aspek-aspek pelayanan, seperti kecepatan layanan, kebersihan restoran, dan sikap karyawan. Pelatihan karyawan yang intensif, meningkatkan keterampilan dan pengetahuan karyawan dalam memberikan layanan yang lebih baik dan sesuai standar perusahaan.

Keterlibatan manajemen dalam penerapan Total Quality Manajemen membangun budaya kerja yang berorientasi pada kualitas. Manajemen memainkan peran penting dalam memastikan setiap proses berjalan sesuai standar dan memberikan dukungan penuh bagi karyawan untuk mencapai target kualitas yang telah ditentukan, ini semua bertujuan agar karyawan tetap konsisten dalam melakukan pekerjaan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi Total Quality Manajemen adalah pendekatan yang efektif dan strategis bagi McDonald's untuk memperkuat daya saing dan mempertahankan reputasi baik di

industri restoran cepat saji. McDonald's tidak hanya meningkatkan kinerja internalnya tetapi juga berhasil menciptakan pengalaman pelanggan yang konsisten, meningkatkan loyalitas, dan mengukuhkan posisinya di pasar yang kompetitif.

5. REFERENSI

- [1] B. Mulyadi, "Balanced Scorecard : Θεωρητική Προσέγγιση και Πρακτική Εφαρμογή στη Λιμενική Βιομηχανία Balanced Scorecard : Θεωρητική Προσέγγιση και Πρακτική Εφαρμογή στην Λιμενική Βιομηχανία," *Φινανсовые Исследования*, vol. 3, no. 3, pp. 395–404, 2007.
- [2] A. Gunasekaran and R. E. McGaughey, "TQM is supply chain management," *TQM Mag.*, 2003, doi: 10.1108/09544780310502688.
- [3] E. Sadikoglu and H. Olcay, "The Effects of Total Quality Management Practices on Performance," *Lab. Manag. Inf. Syst. Curr. Requir. Futur. Perspect.*, vol. 2014, no. 5, pp. 996–1027, 2014.
- [4] R. Adolph, *濟無No Title No Title No Title*. 2016.
- [5] D. L. Goetsch and S. B. Davis, "Quality management for organizational excellence," *Pearson Up. Saddle River*, pp. 1–34, 2014.
- [6] S. M. Yusof and E. Aspinwall, "TQM implementation issues: review and case study," *Int. J. Oper. ...*, 2000, doi: 10.1108/01443570010321595.
- [7] P. Kotler and K. L. Keller, "Marketing Management (15th Editi)," *Engl. Pearson Educ. Ltd.*, 2016.
- [8] O. L. Richard, "A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions," *J. Mark. Res.*, vol. 17, no. November, pp. 460–469, 1980.
- [9] A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, and L. L. Berry, "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research," *J. Mark.*, vol. 49, no. 4, pp. 41–50, Sep. 1985, doi: 10.1177/002224298504900403.
- [10] D. J. Hensler, "The customer satisfaction link to TQM," *Natl. Product. Rev.*, 1994.
- [11] C. McKerchar *et al.*, "Food store environment examination – FoodSee: a new method to study the food store environment using wearable cameras," *Glob. Health Promot.*, vol. 27, no. 3, pp. 73–81, Aug. 2019, doi: 10.1177/1757975919859575.
- [12] D. Abdullah, N. Hamir, N. M. Nor, and ..., "Food quality, service quality, price fairness and restaurant re-patronage intention: The mediating role of customer satisfaction," 2018, *academia.edu*.
- [13] I. Sila and M. Ebrahimpour, "Critical linkages among TQM factors and business results," *Int. J. Oper. Prod. Manag.*, vol. 25, no. 11, pp. 1123–1155, Jan. 2005, doi: 10.1108/01443570510626925.