

## Pengaruh Total Quality Management (TQM) Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cafe Di Pamekasan

Junaidi<sup>1</sup>, Ach. Royis Rizaldy<sup>2</sup>, Moh. Dimas Dwi Prima<sup>3</sup>, Amanatus Sholehah<sup>4</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Madura<sup>1-4</sup>

Email: [royisrizaldy1@gmail.com](mailto:royisrizaldy1@gmail.com)<sup>1</sup>, [dimasprima31@gmail.com](mailto:dimasprima31@gmail.com)<sup>2</sup>, [amanatussholeha1@gmail.com](mailto:amanatussholeha1@gmail.com)<sup>3</sup>, [Junaidi@unira.ac.id](mailto:Junaidi@unira.ac.id)<sup>4</sup>

### Informasi

### Abstract

Volume : 3  
Nomor : 5  
Bulan : Mei  
Tahun : 2026  
E-ISSN : 3062-9624

*The cafe industry in Pamekasan Regency has seen significant growth in recent years. Increasingly fierce business competition requires businesses to not only provide quality products but also create a consistent service experience to maintain customer loyalty. This study aims to analyze the effect of Total Quality Management (TQM) implementation on customer loyalty in cafes in Pamekasan. The study used a quantitative approach using a survey of cafe customers who had made multiple purchases. TQM variables were measured through the dimensions of customer focus, continuous improvement, employee engagement, management commitment, and service quality control. Meanwhile, customer loyalty was measured through repurchase intentions, recommendations to others, and commitment to the cafe. The results showed that TQM implementation had a positive and significant impact on customer loyalty. Customer focus and consistent service quality were the most dominant factors in increasing customer loyalty. Furthermore, the study found that cafe customers in Pamekasan tend to consider service quality, cleanliness, comfort, and staff responsiveness before deciding to return. The continuous implementation of TQM has been proven to increase customer satisfaction while strengthening long-term relationships between cafes and consumers. This research provides theoretical contributions to the development of quality management studies in the culinary business sector, while also serving as evaluation material for cafe entrepreneurs in increasing business competitiveness.*

**Keyword:** Total Quality Management, customer loyalty, service quality, cafe, Pamekasan.

### Abstrak

*Perkembangan industri cafe di Kabupaten Pamekasan mengalami peningkatan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Persaingan usaha yang semakin ketat menyebabkan pelaku usaha tidak hanya dituntut menyediakan produk yang berkualitas, tetapi juga harus mampu menciptakan pengalaman pelayanan yang konsisten agar pelanggan tetap loyal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penerapan Total Quality Management (TQM) terhadap loyalitas pelanggan pada café di Pamekasan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap pelanggan cafe yang pernah melakukan pembelian lebih dari satu kali. Variabel TQM diukur melalui dimensi fokus pelanggan, perbaikan berkelanjutan, keterlibatan karyawan, komitmen manajemen, serta pengendalian kualitas layanan. Sementara itu, loyalitas pelanggan diukur melalui niat pembelian ulang, rekomendasi kepada orang lain, dan komitmen terhadap cafe. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan TQM memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dimensi fokus pelanggan dan konsisten kualitas pelayanan menjadi faktor yang paling dominan dalam meningkatkan loyalitas konsumen. Selain itu, penelitian menemukan bahwa pelanggan café di Pamekasan cenderung mempertimbangkan kualitas pelayanan, kebersihan, kenyamanan tempat, serta responsivitas pegawai sebelum memutuskan untuk kembali berkunjung. Implementasi*

*TQM yang dilakukan secara berkelanjutan terbukti mampu meningkatkan kepuasan pelanggan sekaligus memeperkuat hubungan jangka panjang antar cafe dan konsumen. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian manajemen mutu pada sektor usaha kuliner, sekaligus menjadi bahan evaluasi bagi pelaku usaha cafe dalam meningkatkan daya saing bisnis.*

**Kata Kunci:** Total Quality Management, loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan, cafe, Pamekasan.

## A. PENDAHULUAN

Perubahan pola konsumsi masyarakat pada era modern telah mendorong perkembangan industri kuliner khususnya usaha café, menjadi salah satu sektor bisnis yang berkembang pesat di berbagai daerah di Indonesia. Café tidak lagi hanya di pandang sebagai tempat makan dan minum, tetapi juga sebagai ruang sosial, tempat bekerja, sarana hiburan, hingga media aktualisasi dari masyarakat, terutama kalangan muda di kabupaten pamekasan sebagai salah satu daerah berkembang di Madura juga mengalami fenomena yang sama. Dalam beberapa tahun terakhir, jumlah café di Pamekasan meningkat secara signifikan sering perubahan gaya hidup masyarakat dan meningkatkan aktivitas ekonomi kreatif.

Meningkatnya jumlah café di Pamekasan menimbulkan persaingan yang semakin kompetitif. Setiap pelaku usaha dituntut mampu menawarkan nilai tambah agar dapat mempertahankan pelanggan. Dalam kondisi persaingan yang tinggi, loyalitas pelanggan menjadi aset penting bagi keberlangsungan bisnis. Pelanggan yang loyal cenderung melakukan pembelian ulang, memberikan rekomendasi positif kepada orang lain, serta memiliki resistensi terhadap tawaran kompetitor. Oleh sebab itu, Perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

Salah satu pendekatan manajemen yang dinilai mampu meningkatkan kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan adalah Total Quality Management (TQM). TQM merupakan sistem manajemen yang menekankan perbaikan kualitas secara menyeluruh dan berkelanjutan melakukan keterlibatan seluruh elemen organisasi. Konsep TQM tidak hanya berfokus pada kualitas produk, tetapi juga mencakup kualitas pelayanan, budaya kerja, kepuasan pelanggan, dan efektivitas proses operasional. Menurut Ibrahim dkk. (2023), penerapan TQM mampu meningkatkan efektivitas organisasi melalui pengendalian mutu yang konsisten dan orientasi pada kepuasan pelanggan.

Pada industri café, penerapan TQM menjadi semakin penting karena bisnis kuliner sangat bergantung pada pengalaman pelanggan. Pelanggan tidak hanya menilai rasa makanan atau minuman, akan tetapi juga memperhatikan kebersihan, keramahan pegawai, kecepatan pelayanan, suasana tempat, hingga konsistensi kualitas produk. Ketika kualitas pelayanan tidak

konsisten, pelanggan cenderung berpindah ke café lain yang dianggap mampu memberikan pengalaman yang lebih baik

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas layanan dan penerapan manajemen mutu memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, penelitian Sumilat dkk (2026) menemukan bahwa TQM berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Starbucks Tikala. Penelitian Sulistiowati dkk, (2025) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan café melalui kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian Hidayati dkk. (2021) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki kontribusi besar terhadap loyalitas konsumen café.

Meskipun demikian, penelitian mengenai pengaruh TQM terhadap loyalitas pada café di daerah berkembang seperti pamekasan masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya dilakukan di kota besar dengan karakteristik konsumen yang berbeda. Kondisi sosial, budaya, serta perilaku konsumen di pamekasan memiliki karakteristik tersendiri yang dapat memengaruhi pola loyalitas pelanggan. Selain itu, banyak penelitian lebih berfokus pada kualitas layanan atau kepuasan pelanggan, sementara kajian yang secara khusus menghubungkan TQM dengan loyalitas pelanggan pada sektor café masih belum dilakukan

Research gap dalam penelitian ini terletak pada keterbatasan kajian empiris mengenai implementasi TQM pada usaha café lokal di daerah berkembang serta pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis bagaimana penerapan prinsip-prinsip TQM mampu meningkatkan loyalitas pelanggan café di pamekasan

Berdasarkan uraian tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Total Quality Management terhadap loyalitas pelanggan pada café di pamekasan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan ilmu manajemen mutu dan pemasaran jasa, serta menjadi bahan pertimbangan praktis bagi pelaku usaha café dalam meningkatkan kualitas layanan dan loyalitas konsumen.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Konsep Total Quality Management**

Quality Management merupakan pendekatan manajemen yang menempatkan kualitas sebagai fokus utama organisasi melalui keterlibatan seluruh anggota organisasi dan perbaikan berkelanjutan. TQM berkembang sebagai strategi manajemen modern yang menekankan pentingnya kepuasan pelanggan melalui peningkatan kualitas produk maupun layanan secara konsisten.

Menurut Gasperz, TQM merupakan suatu sistem manajemen yang berorientasi pada pelanggan dengan melibatkan seluruh anggota organisasi untuk melakukan perbaikan berkelanjutan terhadap produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan organisasi. Konsep ini menekankan bahwa kualitas bukan hanya tanggung jawab bagian tertentu, tetapi menjadi tanggung jawab bersama dalam organisasi.

TQM memiliki beberapa prinsip utama, yaitu fokus pada pelanggan, keterlibatan seluruh karyawan, komitmen manajemen, perbaikan berkelanjutan, pendekatan berbasis proses, serta pengambilan keputusan berdasarkan data. Dalam konteks usaha cafe, penerapan prinsip tersebut dapat diwujudkan melalui pelayanan yang responsif, konsistensi kualitas menu, kebersihan tempat, peningkatan kompetensi pegawai, serta evaluasi layanan secara berkala.

Fokus pelanggan menjadi inti utama dalam TQM karena keberhasilan organisasi sangat beruntung pada kemampuan memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Pada bisnis cafe, pelanggan tidak hanya menuntut kualitas makanan dan minuman, tetapi juga pengalaman pelayanan yang nyaman dan menyenangkan.

Perbaikan berkelanjutan juga menjadi elemen penting dalam TQM. Perusahaan harus terus melakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan dan operasional agar mampu menyesuaikan diri dengan perubahan kebutuhan pelanggan. Cafe yang mampu melakukan inovasi menu, memperbaiki sistem, pelayanan, dan meningkatkan kenyamanan tempat cenderung lebih mampu mempertahankan loyalitas pelanggan.

### **Loyalitas Pelanggan**

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan untuk melakukan pembelian ulang secara konsisten terhadap suatu produk atau jasa di masa mendatang. Loyalitas tidak hanya ditunjukkan melalui pembelian ulang, tetapi juga tercermin dari kesediaan pelanggan merekomendasikan produk kepada orang lain dan menolak tawaran dari competitor.

Kontier dan Keller menjelaskan bahwa loyalitas pelanggan terbentuk ketika pelanggan merasa puas terhadap kualitas produk dan pelayanan yang diterima. Kepuasan yang terjadi secara konsisten akan menciptakan hubungan emosional antara pelanggan dan perusahaan.

Dalam industri café, loyalitas pelanggan menjadi faktor penting karena biaya mempertahankan pelanggan lebih rendah dibandingkan menarik pelanggan baru. Pelanggan yang loyal biasanya memiliki frekuensi kunjungan yang tinggi, memberikan ulasan positif, serta menjadi media promosi tidak langsung melalui rekomendasi kepada orang lain.

Beberapa indikator loyalitas pelanggan meliputi niat melakukan pembelian ulang, kesediaan merekomendasikan kepada orang lain, komitmen terhadap merek atau usaha

tertentu, serta ketahanan terhadap pengaruh competitor. Loyalitas pelanggan juga dipengaruhi oleh kualitas pelayan, harga, pengalaman pelanggan, citra merek, dan kepuasan pelanggan.

### **Hubungan TQM dengan Loyalitas Pelanggan**

Penerapan TQM diyakini memiliki hubungan erat dengan loyalitas pelanggan karena konsep TQM berorientasi pada peningkatan kualitas secara menyeluruh. Ketika kualitas produk dan pelayanan meningkat, pelanggan akan merasa puas dan cenderung tetap menggunakan produk atau jasa yang sama.

Pada usaha café, penerapan TQM dapat menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik melalui konsistensi kualitas menu, pelayanan cepat, kebersihan lingkungan, dan keramahan pegawai. Pengalaman positif tersebut akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan pada akhirnya memperkuat loyalitas.

Penelitian Sulistiowati dkk. (2025) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan café. Penelitian Sumilat dkk. (2026) juga menemukan bahwa penerapan TQM berkontribusi positif terhadap loyalitas pelanggan pada industry kopi modern.

Selain itu, penelitian Ahmadi dkk. (2021) menjelaskan bahwa kualitas layanan dan suasana café memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan tidak hanya dibangun melalui kualitas produk, tetapi juga pengalaman pelayanan secara keseluruhan.

### **Penelitian Terdahulu**

Penelitian Hidayati dkk. (2021) mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen Café Warna menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan explanatory research dengan teknik analisis jalur.

Penelitian Prathama dkk. (2022) mengenai loaylitas pelanggan Cafe Infinity Coffe menemukan bahwa tingkat kepuasan pelanggan yang berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian tersebut menekankan pentingnya kualitas layanan dan failitas pendukung dalam meningkatkan loyalitas konsumen.

Penelitian Sulistiowati dkk. (2025) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan cafe dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.

Penelitian Sumilat dkk. (2026) menunjukkan bahwa TQM dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Starbucks Tikala. Penelitian ini membuktikan

bahwa penerapan manajemen mutu secara konsisten dapat meningkatkan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan penerapan manajemen mutu memiliki kontribusi penting terhadap loyalitas pelanggan. Namun demikian, penelitian yang secara khusus membahas pengaruh TQM terhadap loyalitas pelanggan cafe di Pamekasan masih belum banyak dilakukan sehingga penelitian ini memiliki relevansi untuk dikaji lebih lanjut.

## **B. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian explanatory research. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan menguji pengaruh antar variabel Total Quality Management terhadap loyalitas pelanggan pada café di Pamekasan.

Lokasi penelitian dilakukan pada beberapa café di Kabupaten Pamekasan yang memiliki jumlah pelanggan cukup tinggi dan aktif beroperasi. Pemilihan Lokasi dilakukan secara purposive dengan mempertimbangkan Tingkat kunjungan pelanggan serta keberlangsungan usaha café.

Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan café di Pamekasan yang pernah melakukan pembelian lebih dari satu kali. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden berusia minimal 17 tahun dan pernah pernah berkunjung minimal dua kali dalam tiga bulan terakhir. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 120 responden.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert lima poin. Variabel Total Quality Management diukur melalui beberapa indikator, yaitu fokus pelanggan, keterlibatan karyawan, komitmen manajemen, perbaikan berkelanjutan, dan pengendalian kualitas pelayanan. Sementara itu, loyalitas pelanggan diukur melalui indikator pembelian ulang, rekomendasi kepada orang lain, dan komitmen pelanggan terhadap café.

Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Sebelum dilakukan analisis regresi, data diuji melalui uji validitas, reliabilitas normalitas, dan heteroskedastisitas untuk memastikan kelayakan instrumen penelitian.

Hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut :

H1 : Total Quality Management berpengaruh positif dan signifikan terhadap loaylitas pelanggan pada café di Pamekasan.

**C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Tabel 1. Operasional Variabel Penelitian**

Variabel	Indikator	Sumber
Total Quality Management (X)	Fokus pelanggan, keterlibatan karyawan komitmen manajemen, perbaikan berkelanjutan, pengendalian kualitas	Gaspersz; Tjiptono (2022)
Loyalitas Pelanggan (Y)	Pembelian ulang, rekomendasi kepada orang lain, komitmen pelanggan, resistensi terhadap kompetitor	Kotler & Keller (2022)

**Tabel 2. Karakteristik Responden**

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Presentase
Usia	18-22 tahun	48	40%
	23-30 tahun	42	35%
	>30 tahun	30	25%
Jenis Kelamin	Laki-laki	67	55,8%
	Perempuan	53	44,2%
Intensitas Kunjungan	2-4 kali/bulan	72	60%
	>4 kali/bulan	48	40%

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas**

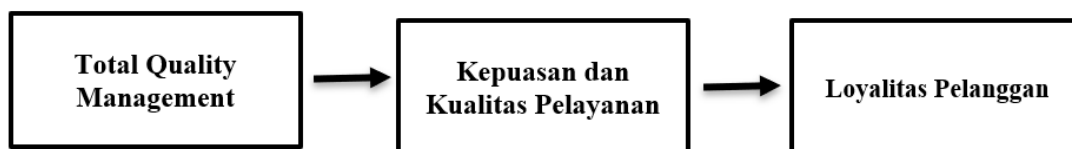
Variabel	Jumlah Item	Cronbach Alpha	Keterangan
Total Quality Management	10	0,887	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	8	0,851	Reliabel

**Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana**

Variabel	Koefisien Beta	t hitung	Sig	Keterangan
TQM → Loyalitas Pelanggan	0,712	8,642	0,000	Signifikan

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan nilai sebesar 0,587. Artinya, Total Quality Management mampu menjelaskan variasi loyalitas pelanggan sebesar 58,7% sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain seperti harga, pengalaman pelanggan, citra merek, dan suasana cafe.

**Gambar Konseptual Hubungan Variabel**



### Gambaran Umum Responden

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, mayoritas responden penelitian merupakan pelanggan berusia 18-30 tahun. Kelompok usia tersebut mendominasi karena café menjadi bagian dari gaya hidup generasi muda, baik sebagai tempat berkumpul, maupun bersantai.

Sebagian besar responden mengunjungi café sebanyak dua hingga empat kali dalam satu bulan. Hal ini menunjukkan bahwa café telah menjadi bagian dari aktivitas rutin masyarakat di Pamekasan. Selain itu, mayoritas responden menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kenyamanan tempat menjadi alasan utama mereka memilih café tertentu.

### Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan hasil pengujian, seluruh item pernyataan pada variable Total Quality Management dan loyalitas pelanggan memiliki nilai koreksi di atas nilai r tabel sehingga dinyatakan valid. Uji reliabilitas juga menunjukkan nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,70 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian mampu mengukur variabel penelitian secara konsisten dan layak digunakan dalam proses analisis data.

### Analisis Pengaruh TQM terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa Total Quality Management memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada cafe di Pamekasan. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan TQM pada cafe, maka semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan. Pelanggan cenderung kembali berkunjung ketika cafe mampu memberikan kualitas pelayanan yang konsisten, responsif, dan sesuai harapan.

Dimensi fokus pelanggan menjadi faktor paling dominan dalam meningkatkan loyalitas konsumen. Pelanggan cafe di Pamekasan sangat memperhatikan keramahan pegawai, kecepatan pelayanan, serta kemampuan cafe dalam merespons kebutuhan pelanggan. Ketika pelanggan merasa dihargai dan diperhatikan, mereka cenderung memiliki hubungan emosional dengan cafe.

Selain itu, perbaikan berkelanjutan juga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Cafe yang terus melakukan inovasi menu, memperbaiki fasilitas, dan meningkatkan kenyamanan

tempat lebih mampu mempertahankan pelanggan dibandingkan cafe yang tidak melakukan pengembangan layanan.

Komitmen manajemen juga memiliki kontribusi penting terhadap keberhasilan penerapan TQM. Pengelola cafe yang memiliki komitmen terhadap kualitas biasanya lebih memperhatikan standar kebersihan, kualitas bahan baku, serta pelatihan pegawai. Hal tersebut berdampak langsung terhadap kualitas pelayanan yang diterima pelanggan.

## **PEMBAHASAN**

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori TQM yang menempatkan pelanggan sebagai fokus utama organisasi. Dalam industri cafe, pelanggan tidak hanya membeli produk, tetapi juga mencari pengalaman pelayanan yang menyenangkan. Oleh sebab itu, penerapan TQM menjadi strategi penting untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Pelanggan cafe di Pamekasan cenderung memiliki ekspektasi tinggi terhadap kualitas layanan. Mereka tidak hanya mempertimbangkan rasa makanan dan minuman, tetapi juga memperhatikan kebersihan tempat, kenyamanan suasana, keramahan pegawai, dan konsistensi pelayanan. Ketika salah satu aspek tersebut tidak terpenuhi, pelanggan dapat dengan mudah berpindah ke cafe lain.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan terbentuk melalui pengalaman positif yang diterima secara konsisten. Hal ini sesuai dengan penelitian Sulistiowati dkk. (2025) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan cafe.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa penerapan TQM mampu menciptakan hubungan jangka panjang antara cafe dan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas tidak hanya melakukan pembelian ulang, tetapi juga memberikan rekomendasi kepada teman dan keluarga. Dalam konteks bisnis cafe, rekomendasi pelanggan memiliki pengaruh besar terhadap peningkatan jumlah pengunjung.

Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa faktor emosional memiliki peran penting dalam loyalitas pelanggan. Pelanggan cafe cenderung memilih tempat yang memberikan kenyamanan psikologis dan pengalaman menyenangkan. Oleh sebab itu, penerapan TQM tidak boleh hanya berfokus pada aspek teknis pelayanan, tetapi juga harus memperhatikan pengalaman pelanggan secara menyeluruh.

Di sisi lain, penelitian ini menunjukkan bahwa beberapa cafe di Pamekasan masih menghadapi kendala dalam penerapan TQM secara optimal. Beberapa permasalahan yang ditemukan antara lain kurangnya pelatihan pegawai, inkonsistensi kualitas pelayanan pada jam

ramai, serta keterbatasan fasilitas pendukung. Kondisi tersebut dapat memengaruhi kepuasan pelanggan apabila tidak segera diperbaiki.

Dalam perspektif manajemen strategis, penerapan TQM dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif bagi usaha cafe di Pamekasan. Cafe yang mampu mempertahankan kualitas pelayanan secara konsisten akan memiliki citra positif di mata pelanggan. Citra positif tersebut dapat meningkatkan loyalitas pelanggan sekaligus memperkuat posisi usaha di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

Hasil penelitian ini juga memperlihatkan bahwa loyalitas pelanggan tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui proses interaksi berulang antara pelanggan dan perusahaan. Oleh sebab itu, pelaku usaha cafe perlu membangun budaya kualitas dalam seluruh aktivitas operasional agar pelanggan memperoleh pengalaman yang konsisten.

Penerapan TQM pada usaha cafe juga dapat meningkatkan efisiensi operasional. Pengendalian kualitas yang baik mampu mengurangi kesalahan pelayanan, meningkatkan produktivitas pegawai, serta meminimalkan keluhan pelanggan. Dengan demikian, penerapan TQM tidak hanya memberikan manfaat bagi pelanggan, tetapi juga berdampak positif terhadap keberlangsungan bisnis.

Secara teoritis, penelitian ini memperkuat konsep bahwa TQM memiliki hubungan erat dengan loyalitas pelanggan melalui peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Sementara itu, secara praktis penelitian ini memberikan gambaran bagi pelaku usaha cafe di Pamekasan mengenai pentingnya penerapan manajemen mutu dalam mempertahankan pelanggan.

#### **D. KESIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa Total Quality Management memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada cafe di Pamekasan. Penerapan TQM yang meliputi fokus pelanggan, perbaikan berkelanjutan, keterlibatan karyawan, komitmen manajemen, dan pengendalian kualitas pelayanan terbukti mampu meningkatkan loyalitas pelanggan.

Fokus pelanggan menjadi dimensi paling dominan dalam membentuk loyalitas konsumen. Pelanggan cafe di Pamekasan sangat memperhatikan kualitas pelayanan, keramahan pegawai, kenyamanan tempat, serta konsistensi kualitas produk sebelum memutuskan untuk kembali berkunjung.

Selain itu, penerapan TQM secara konsisten mampu menciptakan kepuasan pelanggan dan hubungan jangka panjang antara cafe dan konsumen. Loyalitas pelanggan yang tinggi memberikan manfaat bagi keberlangsungan bisnis karena pelanggan loyal cenderung melakukan pembelian ulang dan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain.

#### **SARAN**

Bagi pelaku usaha cafe di Pamekasan, penerapan Total Quality Management perlu dilakukan secara menyeluruh dan berkelanjutan. Pengelola cafe sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanan melalui pelatihan pegawai, pengawasan kualitas produk, dan evaluasi rutin terhadap kepuasan pelanggan.

Cafe juga perlu memperhatikan kenyamanan tempat dan konsistensi pelayanan, terutama pada jam operasional yang padat. Selain itu, inovasi menu dan penggunaan media digital untuk menjalin komunikasi dengan pelanggan dapat menjadi strategi tambahan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel lain seperti kepuasan pelanggan, kualitas produk, customer experience, atau citra merek sebagai variabel mediasi maupun moderasi. Penelitian berikutnya juga dapat menggunakan pendekatan kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai perilaku pelanggan cafe.

#### **E. DAFTAR PUSTAKA**

- Ahmadi, N., Khalikussabir, & Wahono, B. (2021). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Cafe Sendi Malang. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/11403>
- Atsnawiyah, D., Rizan, M., & Rahmi. (2021). The Influence of Cafe Atmosphere and Food Quality on Customer Satisfaction in Building Customer Loyalty of Masalalu Café Rawa Domba Jakarta. *Jurnal Dinamika Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 113–138. <https://doi.org/10.21009/JDMB.05.1.6>
- Hidayati, L., Purnomo, & Sudjimat, D. A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen pada Cafe Warna. *Home Economics Journal*, 5(2). <https://doi.org/10.21831/hej.v5i2.38053>
- Ibrahim, M. R., Muhammad, D. U., Muhammad, B., Alaezi, J. O., & Agidani, J. (2023). The Key to Organizational and Construction Excellence: A Study of Total Quality Management. *arXiv*. <https://arxiv.org/abs/2305.13104>

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Marlina, S., & Wufron. (2021). Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif terhadap Kepuasan Pelanggan Café di Kabupaten Garut. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 20(2). <https://doi.org/10.52434/jwe.v20i2.1286>
- Nurwulandari, A., & Maharani, S. (2021). Pengaruh Harga, Produk, Distribusi dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan pada Kedai Kopi Coffee 19 Café. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi*, 5(3), 465–493. <https://doi.org/10.31955/mea.v5i3.1539>
- Prathama, M. N., Aidi, M. N., & Soleh, A. M. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Cafe Infinity Coffee. *Xplore: Journal of Statistics*, 11(2), 107–119. <https://doi.org/10.29244/xplore.v11i2.898>
- Ray, E. L., Artha, I. N. W., & Dewi, E. K. (2021). Analisis Pengaruh Customer Experience terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik*, 5(2). <https://doi.org/10.30988/jmil.v5i2.724>
- Shartykarini, S., Firdaus, M. R., & Rusniati. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Wawasan Manajemen*. <https://doi.org/10.20527/jwm.v4i1.135>
- Sulistiowati, Supriyanto, A., Erstiawan, M. S., Soebijono, T., & Angesti, D. (2025). Service Quality and Customer Loyalty: The Mediating Role of Customer Satisfaction in Cafe's. *GREENOMIKA*, 7(1). <https://doi.org/10.55732/unu.gnk.2025.07.1.4>
- Sumilat, A. A. B., Jan, A. B. H., & Ogi, I. W. J. (2026). Pengaruh Total Quality Management (TQM) dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Starbucks Tikala. *Jurnal EMBA*, 14(1). <https://doi.org/10.35794/emba.v14i1.66148>
- Tjiptono, F. (2022). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan Kontemporer*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tobing, T. A., Nurmalina, R., & Jahroh, S. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Waroeng Hotplate Odon Bogor. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 9(1), 43–54. <https://doi.org/10.29244/jai.2021.9.1.43-54>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2021). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill Education.