

**PENGARUH *TOTAL QUALITY MANAGEMENT*, KUALITAS PELAYANAN,
DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PROGRAM GURU MERDEKA BELAJAR
DI *PLATFORM SEKOLAH.MU***

Sarah Paskalia Afridianayu Fiestasari

Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang

sarahpaskalia31@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the effect of Total Quality Management, customer's satisfaction, and the product prices on customer's satisfaction for the Guru Merdeka Belajar program on Sekolah.mu platform. The method used is a quantitative method with statistical analysis technique using Multiple Linier Regression, correlation, determination, and hypothesis testing, the result show that Total Quality Management has a positive effect on customer's satisfaction, product prices have a positive effect on customer's satisfaction.

Keywords: Total Quality Management, Service Quality, Product Price, Customer's Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Total Quality Management*, kepuasan pelanggan, dan harga produk terhadap kepuasan pelanggan program Guru Merdeka Belajar di platform Sekolah.mu. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik menggunakan statistik analisis Regresi Linier Berganda. Berdasarkan hasil analisis Regresi Linier Berganda dengan uji regresi, korelasi, determinasi, dan pengujian hipotesis diperoleh hasil bahwa *Total Quality Management* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, harga produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Total Quality Management, Kualitas Pelayanan, Harga Produk, Kepuasan Pelanggan.

I. Pendahuluan

Globalisasi meningkat lebih pesat seiring dengan majunya era teknologi. Perkembangan teknologi ini memunculkan fenomena disrupsi dimana sangat berpengaruh terhadap berbagai bidang. Disrupsi juga mengubah bisnis dan fundamental bisnis sendiri, sebuah era baru yang dapat memberikan warna dalam ekonomi global mendatang. Implementasi revolusi industri 4.0 ini diharapkan mampu memberikan dampak positif untuk mendorong produktivitas dan efisiensi dalam produksi produk dan jasa. Perkembangan teknologi yang menyebabkan disrupsi, padahal istilah disrupsi ini sebenarnya telah ada sejak lama, ketika Christensen menyebutkan teori *disruptive technology* sebagai kerangka kerja dalam mengeksplorasi perubahan dinamis yang membentuk pasar baru melalui pengenalan suatu jenis produk atau layanan baru (Sherman, 2017, Millar, Lockett, & Ladd, 2017).

Salah satu sektor bisnis yang sedang naik daun saat ini adalah pada sektor startup yang digadang-gadang akan menjadi tren di pangsa digital. Selain *e-commerce*, *ride hailing*, dan *fintech*, salah satu tren startup yang juga berkembang adalah dibidang *edtech* atau *edutech* (*education technology*) yang diharapkan kehadirannya membantu menyelesaikan masalah pendidikan di negeri ini.

Sekolah.mu sebagai brand *Edtech* memberikan warna berbeda di dunia pendidikan, hal ini dikarenakan Sekolah.mu menawarkan suatu konsep *blended learning* terintegrasi secara digital yang dinilai berbeda dari *brand-brand* sebelumnya.

Sekolah.mu, *platform* besutan PT Sekolah Integrasi Digital ini memiliki banyak program. Salah satu program yang ditawarkan oleh Sekolah.mu adalah program Guru Merdeka Belajar. Program ini diharapkan akan membantu para guru di

Indonesia yang masih belum memahami pentingnya “Merdeka Belajar” di era 21 ini. Untuk itu perlu dilakukan riset apakah program ini memberikan kepuasan terhadap pelanggan program Guru Merdeka Belajar ini.

Menurut Kotler (2000:38). Untuk melakukan pengukuran kepuasan pelanggan, menyatakan beberapa cara di antaranya: 1. sistem keluhan dan saran, informasi yang di dapat dari keluhan dan saran ini dapat dijadikan data untuk membuat perusahaan lebih berkembang. 2. Survei Kepuasan Pelanggan tingkat keluhan dan kepuasan pelanggan dapat dijadikan data untuk mengukur kepuasan, hal itu melalui survey, pos, atau angket. 3. Pembeli bayangan, mengirim orang lain untuk membeli produk atau jasa di perusahaan orang lain maupun perusahaan sendiri untuk dapat menilai kualitas produk, baik kelemahan dan keunggulannya. (4) *Lost customer analysis* (analisis pelanggan yang beralih), yaitu kontak yang dilakukan dengan pelanggan yang telah beralih ke perusahaan lain, sehingga dapat memperbaiki kinerja dalam meningkatkan kepuasan.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah : (1) *Total Quality Management* (TQM) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan program Guru Merdeka Belajar di *platform* Sekolah.mu? (2) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan program Guru Merdeka Belajar di *platform* Sekolah.mu? (3) harga produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan program Guru Merdeka Belajar di *platform* Sekolah.mu?

II. Metode Penelitian

Berikut kerangka konsep yang digunakan dalam penelitian ini :



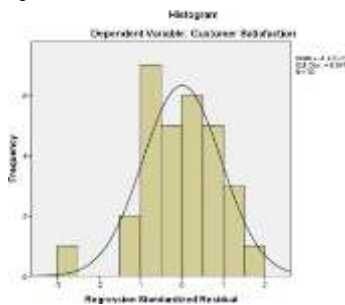
Gambar 2.1 Kerangka Konsep

III. Hasil dan Pembahasan

A. Hasil

1. Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas



Gambar 5.21 Histogram Uji Normalitas

Sumber: Hasil olah data SPSS (2021)

Gambar 5.21 menunjukkan bahwa grafik histogram memiliki distribusi normal karena grafik membentuk pola lonceng yang tidak condong ke arah kanan maupun ke arah kiri. Adapun dalam analisis regresi, yang diuji kenormalan adalah residual atau variabel gangguan yang bersifat stokastik acak, maka data di atas dapat digunakan karena variabel residu berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 5.11 Uji Multikolinieritas

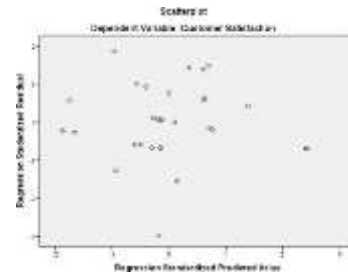
Model	Toleransi		VIF	
	Total Quality Management	Kualitas Pelayanan	Total Quality Management	Kualitas Pelayanan
1. (Constant)				
Total Quality Management	.787		1.271	
Kualitas Pelayanan		.787		1.271
Harga Produk			.964	1.038

Sumber: Hasil olah data SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 5.11 di atas, dapat diketahui bahwa nilai *Tolerance* dari variabel *Total Quality Management*, *Kualitas Pelayanan*, dan *Harga Produk*

memiliki nilai di atas 0,1 dan VIF dari variabel *Total Quality Management*, *Kualitas Pelayanan*, dan *Harga Produk* memiliki nilai di bawah 10, maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel bebas tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas



Dari Scatterplot di gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu dengan jelas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam melakukan pengujian.

II. Pengujian Hipotesa

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5.12 Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Model		Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	R
	B	Std. Error	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients				
1. (Constant)	6.838	.818			8.374	.000		.988
Total Quality Management	1.201	.195	.285	.437	.609	.707		.127
Kualitas Pelayanan	2.098	.341	.603	.445	.600	.707		.127
Harga Produk	2.027	.427	.151	1.538	.600	.604		.136

Berdasarkan Tabel 5.11, dapat diperoleh model regresi sebagai berikut:

$$Y = 4.878 + 1.201X_1 + 2.098X_2 + 2.027X_3$$

Berdasarkan persamaan analisis regresi linier sederhana diatas, maka dapat dinyatakan bahwa:

a. Nilai konstanta a memiliki arti bahwa ketika *Total Quality Management* (X_1), *Kualitas Pelayanan* (X_2), dan *Harga Produk* (X_3) bernilai nol, maka *Kepuasan Pelanggan* (Y) tidak dipengaruhi oleh *variabel independent*, maka rata-rata *Kepuasan Pelanggan* (Y) bernilai 1,610.

- b. Koefisien regresi b_1 memiliki arti bahwa jika variabel *Total Quality Management* (X_1) meningkat sebesar satu satuan, maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 1.201. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, yang artinya *Total Quality Management* (X_1) memberikan pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (semakin tinggi/kuat *Total Quality Management*, maka semakin meningkat Kepuasan Pelanggan).
- c. Koefisien regresi b_2 memiliki arti bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan (X_2) meningkat sebesar satu satuan, maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 2.058. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, yang artinya Kualitas Pelayanan (X_2) memberikan pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (semakin tinggi/kuat Kualitas Pelayanan, maka semakin meningkat Kepuasan Pelanggan).
- d. Koefisien regresi b_3 memiliki arti bahwa jika variabel Harga Produk (X_3) meningkat sebesar satu satuan, maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 2.467. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, yang artinya Harga Produk (X_3) memberikan pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (semakin tinggi/kuat Harga Produk, maka semakin meningkat Kepuasan Pelanggan).

b. Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk mengetahui signifikansi tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

Merujuk pada Tabel 5.12

diatas, didapatkan nilai t hitung pada variabel *Total Quality Management* (X_1) adalah 4.337, sedangkan nilai t Tabel dengan ($\alpha = 0,05$) dan bernilai $df = n-k-1 = (30-4-1 = 25)$ adalah 2.050. Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa t hitung ($4.337 > t$ Tabel (2.050)), dan nilai sig. $0.003 < 0.05$ artinya H_0 ditolak. Jika dilihat pada persamaan regresi linier berganda, nilai koefisien variabel X_1 bernilai positif. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa secara parsial *Total Quality Management* (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Variabel kedua yaitu Kualitas Pelayanan (X_2), didapatkan nilai t hitung pada variabel Kualitas Pelayanan (X_2) adalah 4.415, sedangkan nilai t Tabel dengan ($\alpha = 0,05$) dan bernilai $df = n-k-1 = (30-4-1 = 25)$ adalah 2.050. Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa t hitung ($4.415 > t$ Tabel (2.050)), dan nilai sig. $0.000 < 0.05$ artinya H_0 ditolak. Jika dilihat pada persamaan regresi linier berganda, nilai koefisien variabel X_2 bernilai positif. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Variabel ketiga yaitu Harga Produk (X_3), didapatkan nilai t hitung pada variabel Harga Produk (X_3) adalah 5.528, sedangkan nilai t Tabel dengan ($\alpha = 0,05$) dan bernilai $df = n-k-1 = (30-4-1 = 25)$ adalah 2.050. Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa t hitung ($5.528 > t$ Tabel (2.050)), dan nilai sig. $0.000 < 0.05$ artinya H_0 ditolak. Jika dilihat pada persamaan regresi linier berganda, nilai koefisien variabel X_2

bernilai positif. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga Produk (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

c. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Tabel 5.13 Hasil Uji Simultan (Fhitung)

Model	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
1. Persepsi Pelanggan	421	7	141	0,013
2. Harga Produk	5453	28	210	0,000
3. Total	5874	28		

a. Predictors: (Constant), Harga Produk, Kualitas Pelayanan, Total Quality Management
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
Sumber: Hasil olah data SPSS (2021)

Berdasarkan Tabel 5.13, nilai F_{hitung} dari pengolahan spss adalah 12.670, sedangkan nilai pada F_{tabel} dengan $\alpha = 0,05$ dan $df_1 = (k-1 = 3)$, $df_2 = (n-k = 26)$ adalah 2.975. Dari nilai tersebut, didapatkan hasil F_{hitung} (2.670) > F_{tabel} (2.975) sehingga H_0 ditolak, dan nilai signifikansi pada perhitungan (Sig.) sebesar $0,00 < 0,05$ artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Total Quality Management* (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Harga Produk (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) secara simultan.

d. Koefisien Determinasi

Tabel 5.14 Analisis Korelasi Pearson Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,825 ^b	0,681	0,564	43796	2,127

a. Predictors: (Constant), Harga Produk, Kualitas Pelayanan, Total Quality Management
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
Sumber: Hasil olah data SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 5.14 diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,564, yang berarti terdapat hubungan yang kuat antara *Total Quality Management* (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Harga Produk (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Besarnya pengaruh *Total Quality Management* (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Harga Produk (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), ditunjukkan oleh koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = (0,825)^2 \times 100\% = 68\%$$

Koefisien determinasi dari hasil perhitungan didapat sebesar 68%. Hal ini menunjukkan bahwa *Total Quality Management* (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Harga Produk (X_3) memberikan pengaruh sebesar 68% terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), sedangkan sisanya sebesar 32% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.

B. Hasil Pembahasan

1. Pembahasan Analisis Deskriptif Variabel *Total Quality Management* (X_1)

Berdasarkan tabel distribusi jawaban berdasarkan variabel *Total Quality Management* (TQM) didapatkan hasil rata-rata skor total variabel *Total Quality Management* adalah sebesar 81.6%. Skor tersebut dalam garis kontinum pada Gambar 5.5 termasuk dalam kategori baik yang artinya responden merasa bahwa *Total Quality Management* pada Sekolah.Mu telah baik.

2. Pembahasan Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

Berdasarkan tabel skor total dari variabel kualitas pelayanan didapatkan hasil rata-rata skor total variabel Kualitas Pelayanan adalah sebesar 80%. Skor tersebut dalam garis kontinum pada Gambar 5.12 termasuk dalam kategori baik yang artinya responden merasa bahwa Kualitas Pelayanan pada Sekolah.Mu telah baik.

3. Pembahasan Analisis Deskriptif Variabel Harga Produk (X_3)

Berdasarkan tabel skor total dari harga produk didapatkan hasil rata-rata skor total variabel Harga Produk adalah

sebesar 76.7%. Skor tersebut dalam garis kontinum pada Gambar 5.16 termasuk dalam kategori baik yang artinya responden merasa bahwa Harga Produk pada Sekolah.Mu telah baik.

4. Pembahasan Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan tabel skor total dari variabel kepuasan pelanggan didapatkan hasil rata-rata skor total variabel Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 72.9%. Skor tersebut dalam garis kontinum pada Gambar 5.20 termasuk dalam kategori baik yang artinya responden merasa bahwa Kepuasan Pelanggan pada Sekolah.Mu telah baik.

Penelitian ini disimpulkan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Adapun beberapa penelitian yang mendukung adalah penelitian dari Novalia,dkk (2018), Muhammad Aqsa,dkk (2021), Rifenni Pasonggo (2021), Munir Azhari (2019), Sirojudin Siroj (2021), Alfiana Lidya Worotikan,dkk (2021), Dewa Gede Wahyu Santosa dan LA Mashyuni (2021), dan Indriana Maha Resti (2021).

IV. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat ditarik seperti berikut:

1. *Total Quality Management* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Sekolah.mu program Guru Merdeka Belajar) bersifat positif dan signifikan.
2. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sekolah.mu program Guru Merdeka Belajar (GMB) dimana pengaruh tersebut bersifat positif dan signifikan.
3. Harga produk terhadap kepuasan pelanggan Sekolah.mu program Guru

Merdeka Belajar (GMB) baik dan bersifat positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Din H M K & Abouzid M M. (2016). *Extent of Implementing The Total Quality Management Principles*
- Alfiana Lidya Worotikan, dkk (2021). *Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Makanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang*. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi
- Alhudri, dan Heriyanto. (2015). *Pengaruh Penerapan Total Quality Management (TQM) Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. PLN (Persero) Ranting Bangkinang*. Journal FISIP Vol.02 No.02
- Anas Sudijono. (2010). *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Press
- Arikunto, Suharsimi. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Augusty, Ferdinand. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ayu Nur Arifatus Sa'diyah, dkk (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Masa Pandemi Covid -19 di Wedding Crafting Rumah Mahar Situbondo Tahun 2021*. STKIP PGRI Situbondo

- Babatande E G & Victor A A. (2018). *Total Quality Magement (TQM) Practices Adopted By Head Teachers For Sustainable Primary Education In Northerm Senatorial District Of Ondo State, Nigeria*. EPRA International Journal Of Multidisciplinary Research. Vol, 4 Issue & Juli 2018.
- Bergman, B., Klefsjö, B. (2010), *Quality from customer needs to customer satisfaction*. 3rd edition. Lund: Studentlitteratur
- Bresman Rajagukguk. 2009. Jurnal Tabularasa pps Unimed vol.6 no.1.
- Callystha Prayhoego, Devie. (2013). *Analisa pengaruh total quality management terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan*. Akuntansi Bisnis Universitas Kristen Petra.
- Delly Sapari (2021). Pelaksanaan *Total Quality Management* pada Institusi Pendidikan. Universitas Pamulang.
- Dewa Gede Wahyu Santosa, LA Mashyuni (2021). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Denpasar*. Jurnal Widya Amrita, Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata Februari 2021, Vol. 1 (No. 1): Hal 290-302
- Diana Natalia Mumu, dkk (2021). *Pengaruh Keragaman Menu, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap p Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Mega mas Manado*.
- Edward Sallis, 2006. *Total Quality Management in Education*. Jogjakarta: IRCiSoD.
- Fifana Kusuma Putri, dkk (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Pada PT Matahari Department Store di Mantos 2*. 3Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi
- Fandy, Tjiptono dan Diana, Anastasia. (2001). *Total Quality Management* (edisi revisi) 3. Yogyakarta: ANDI.
- Fandy Tjiptono. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi Ke-4. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Ghani Al-Saffar, N. A., & Obeidat, A. M. 2020. *The effect of total quality management practices on employee performance: The moderating role of knowledge sharing*. Management Science Letters, 10(1), 77–90.
- Ginantra, K.G., Lestari, N.P.N.E., Gorda, A.A.N.E.S., and Darma, G.S. (2017). *Effects of Promotion, Product Quality, Brand Image and Price on Customer Satisfaction and Brand Switching Decision*, *International Journal of Management and Economics Invention*, 3 (12): 1514-1523.
- Indriana Maha Resti (2021). *Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Varian Produk, dan Kualitas Produk*. Universitas Islam Batik Surakarta.
- Kanten, I.K., and Darma, G.S. (2017). *Consumer Behaviour, Marketing Strategy, Customer Satisfaction, and Business Performance*, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 14 (2): 143-165.
- Karlina, E., Rosanto, O., & Saputra, N. E. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kedisiplin Pegawai Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Kantor Lurah Klender Jakarta*

- Timur. Widya Cipta - Jurnal Sekretari Dan Manajemen, 3(1), 7–16. Retrieved from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta/article/view/5011/pdf>
- Keller, Kevin Lane. (2008). Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity. Third edition. New Jersey: pearson.
- Kotler, Philip. 2001. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1, Alih Bahasa Damos Sihombing, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2003. Dasar-dasar Pemasaran. Edisi Kesembilan. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. 2004. Marketing Insight From A to Z, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. Market's Management, Analysis, Planning, Implementation, and Control Mc Grew Hill, 2005
- Kotler, Phillip dan Gary Armstrong. (2016). Principles of marketing, 15th Edition. Harlow: Pearson Education Limited. -----, dan Kevin Lane Keller. (2016). Marketing management, 15th Edition. Harlow: Pearson Education Limited.
- Munir Azhari.2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Matahari Department Store Pejaten Village*. <https://journal.stimaimmi.ac.id>
- Narsa, I Made & Rani Dwi Yuniawati, "Pengaruh Interaksi Antara Total Quality Manajement dengan Sistem Pengukuran Kinerja dan Sistem Penghargaan terhadap Kinerja Manajerial". Jurnal Akuntansi Keuangan Vol. 5 No.1, Mei 2003.
- Nasution, M. N. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu*. Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor
- Nasution. 2011. *Metode Research Penelitian Ilmiah*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- NHC. (2008). *SBAR: Situation, Background, Assessment, Recommendation*. Institute for Innovation and Improvement.
- Novalia, Fery Panjaitan, Nelly Astuti.2018. *Analisis Pengaruh Total Quality Management (TQM) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di Hotel Grand Mutiara Pangkal Pinang)*. Jurnal Progresif Manajemen Bisnis. Vol 28 No.2, (2018)
- Novianty, Vania. 2019. *Analisis Pengaruh Faktor-faktor Total Quality Management (TQM) terhadap Kinerja Perusahaan PT XYZ dalam Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan Volume 3 (Hlm. 54-61)*.
- Oliver, Richard L. 2014. Satisfaction:A Behavioral Perspective on the Consumer, Second Edition, Routledge, New York.
- Pambreni, Y., Khatibi, A., Ferdous Azam, S. M., & Tham, J. 2019. The influence of total quality management toward organization performance. Management Science Letters, 9(9), 1397–1406.
- Permana A., Purba H.H (2021). *A systematic literature review of Total Quality Management in the organization*. Industrial Engineering Department, Mercu Buana University, Jl. Meruya Selatan No. 1, Jakarta 11610, Indonesia.

- Pratama, AAN dan Maghfiroh, FN. (2016). Pengaruh Total Quality Management (TQM) terhadap Kinerja Karyawan di BMT Taruna Sejahtera Ungaran, Jawa Tengah. *Jurnal Muqtasid*, 7.
- Rafenni Pasonggo. 2021. *Pengaruh Penerapan Total Quality Management (TQM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Informa Samarinda Square*. <http://e-journals.unmul.ac.id>.
- Saaksjarvi dan Samiee (2020) [.dailysocial.id/post/tren-edtech-di-Indonesia](https://dailysocial.id/post/tren-edtech-di-Indonesia)
- Saiful Anwar (2020) Implementasi *Total Quality Management* Dosen Pendidikan Ekonomi, Universitas Pamulang
- Sallis. Edward. (2006). *Total Quality Management in Education, Manajemen Mutu Pendidikan*. Jogjakarta: IRCiSoD
- Simamora, Henry. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. STIE YKPN. Yogyakarta.
- Sirojudin Siroj, dkk. 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kantor Pos Sindanglaya Cipanas*. <https://jurnal.unsur.ac.id>
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono (2012). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Supardi. (2014). *Aplikasi Statistika dalam Penelitian*. Jakarta: Change Publication.
- Suwarman, Ujang. (2011). *Perilaku Pelanggan Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. (2003). *Total Quality Management*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2012, *Pemasaran Jasa*. Jogjakarta: Penerbit Andi
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. (2012), *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Wang, Chung-Yu dan Li-Wei Wu. 2011. *Reference Effects on Revisit Intentio Involvement As A Moderator*. Taylor & Francis Group, LLC.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *What Are Services? (7th ed.)*. Mc Graw Hi Education.
- <https://teknologi.bisnis.com/read/20180101/105/722414/bukan-hanya-fintech-edtech-juga-bisa-jadi-unicorn> (2018)
- <https://info.sekolah.mu/inspirasi/najelaa-shihab-luncurkan-platform-sekolahmu-sekolah-dengan-sistem-blended-learning-pertama-di-indonesia/>
- <https://kominform.go.id> (2018)
- <https://play.google.com/sekolah.mu>
- <https://wpengine.com/blog/wp-engine-study-reveals-generation-z-lives-digital-experiences/>