ANALISIS KUALITAS MAKANAN, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI JAVA ZEST SUKOHARJO
(Survei pada pelanggan loyal Java Zest Sukoharjo)

Eva Maulani[1], Santosa Tri Prabawa[2], Endang Winarsih[3]

[1,2,3]*Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wijaya Mulya Surakarta*
E-mail : evamaulani65.gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of food quality, service quality, and price on customer loyalty at Java Zest Sukoharjo. Following a literature review and hypothesis development, data were collected through questionnaires distributed to 100 Java Zest Sukoharjo customers aged over 17 years. The sampling technique used was purposive sampling. The data were processed and analyzed using quantitative methods, including validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, hypothesis testing through the F-test and t-test, and the coefficient of determination (R^2). These tests were conducted to ensure that the resulting regression model was appropriate and unbiased. The results indicate that food quality, service quality, and price simultaneously have a significant effect on customer loyalty. Partially, each independent variable also has a significant effect on customer loyalty. Food quality has a positive and significant effect on customer loyalty. Similarly, service quality has a significant effect on customer loyalty, while price also has a significant effect on customer loyalty. These findings indicate that improving food quality, maintaining good service quality, and offering appropriate prices are important factors in increasing customer loyalty at Java Zest Sukoharjo.

Keywords : *Food Quality, Service Quality, Price, Customer Loyalty*.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan di java Zest Sukoharjo. Setelah dilakukan tinjauan pustaka dan penyusunan hipotesis, data dikumpulkan melalui metode kuesioner terhadap 100 pelanggan Java Zest Sukoharjo yang berumur lebih dari 17 tahun. Metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Metode pengolahan dan analisis data yaitu menggunakan analisis analisis kuantitatif yang meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji hipotesis melalui uji F dan uji t serta analisis koefisien regresi (R2). Uji ini digunakan agar model regresi yang dihasilkan tidak bias. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan harga semua mampu memberi pengaruh signifikan pada loyalitas pelanggan. Secara persial, masing-masing variabel independen juga menunjukkan pengaruh yang signifikan. Kualitas makanan memiliki pengaruh positif dan juga signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Demikian pula kualitas pelayanan yang terbukti memberikan pengaruh signifikan, serta harga yang juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : *Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan*

PENDAHULUAN

Era globalisasi telah membawa perubahan signifikan pada berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk pola konsumsi makanan. Kesibukan yang meningkat dan gaya hidup yang lebih praktis telah menyebabkan perubahan perilaku masyarakat dalam memenuhi kebutuhan primer mereka, terutama dalam hal makanan. Makanan cepat saji menjadi pilihan yang digemari karena penyajiannya yang cepat dan sesuai dengan tuntutan gaya hidup modern saat ini (Reynolds & Namasivayam, 2006; Souza et al., 2022). Industri makanan, kini menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Pertumbuhan ekonomi dan perubahan pola konsumsi menciptakan peluang bisnis yang signifikan di sektor ini. (Andar, A.H., Dirgantara, I.M.B., dan Nurdianasari, 2024).

Di kabupaten Sukoharjo, resto sudah banyak menyebar dimana-mana sehingga menimbulkan semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis. Salah satu bidang usaha yang mempunyai pasar kompetitor yaitu bidang usaha resto. Masyarakat yang berada di kota Sukoharjo saat ini telah dimudahkan oleh hadirnya berbagai macam resto. Salah satu usaha resto yang terus berkompetisi di pasar hingga saat ini yaitu, Java Zest Sukoharjo. Java Zest Sukoharjo adalah resto terkemuka di area Sukoharjo yang dikenal dengan sajian berbagai menu makanan. Java Zest Sukoharjo juga menonjolkan berbagai menu makanan yang bestseller (seperti makanan western dan chineese food). Selain resto Java Zest Sukoharjo juga mempunyai produk bakery dan gelato. Seluruh produk yang ditawarkan di Java Zest Sukoharjo dijamin halal, menjadikannya pilihan aman bagi pelanggan. Untuk Outlet beroperasi setiap hari, umumnya mulai pagi hingga malam pukul 07.00 - 22.00 WIB. Java Zest juga memiliki beberapa outlet strategis di Solo Raya, yaitu di Colomadu, Solo Baru, Laweyan, dan Sukoharjo .

Hadirnya berbagai macam resto ini tentunya akan menimbulkan suatu persaingan bisnis, hal ini membuat para pebisnis harus dapat membuat sebuah strategi pemasaran yang baik agar dapat terus membuat berbagai macam penawaran yang tidak dimiliki oleh pesaing lainnya. Banyak pebisnis yang menyadari bahwa dalam mengolah sebuah usaha, kegiatan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan lebih memberikan keuntungan dibandingkan jika suatu usaha harus mencari pelanggan yang baru lagi.

Kualitas makanan menjadi faktor kunci yang memengaruhi pengalaman konsumen dalam sebuah resto. Kualitas makanan yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen, menciptakan citra positif tentang merek atau tempat tersebut, dan berpotensi untuk meningkatkan minat beli ulang. Kualitas layanan yang diberikan oleh staf atau pelayan juga memiliki peran yang signifikan dalam menentukan pengalaman konsumen. (Siaputra, 2024).

Kualitas pelayanan juga memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan pelanggan karena hal tersebut dapat menciptakan hubungan yang harmonis antara penjual dan pelanggan. Riset Chaniago et al (2019) membuktikan bahwa kualitas pelayanan menentukan keberhasilan sebuah usaha. Hubungan harmonis yang terjalin dengan pelanggan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang. Hal tersebut memungkinkan suatu perusahaan untuk dapat lebih memahami kebutuhan pelanggan dengan cara memaksimumkan pengalaman menyenangkan dari pelanggan dan memimumkan pengalaman yang kurang memuaskan. Kepuasan pelanggan adalah suatu hasrat dorongan yang membuat pelangan melakukan tindakan pembelian yang bergantung pada relatif kinerja produk terhadap harapan konsumen. Kunci agar bisnis dapat berhasil dalam persaingan adalah kepuasan pelanggan (Dwi Jayanti, 2022).

Akan tetapi harga juga tidak hanya mencerminkan biaya pembuatan produk atau penyediaan layanan, tetapi juga nilai yang bersedia dibayar oleh pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong harga adalah nilai mata uang yang harus dikeluarkan oleh pelanggan untuk membeli suatu produk (Anita Yeni, 2019). Menurut Ghozali dalam (Mandira et al., 2018) "Price is an indicator of the measurement of the quality of a good or service" yang berarti harga adalah indikator pengukuran kualitas suatu produk atau layanan. Menurut Mursid dalam (Yunsepa et al., 2020) terdapat ada indikator harga yaitu penetapan harga yang kompetitif, harga yang setara dengan harga pasar, dan harga setara dengan kualitas produk. (Fahluzi & Solihati, 2024).

Kepercayaan dalam pemasaran produk atau jasa kepada konsumen baru atau konsumen lama. Irawan et al (2015), Tanjung & Setiomuliono (2016) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa persepsi harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan, dan juga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Menurut Kotler & Keller (2012), persepsi harga penjualan merupakan salah satu bentuk usaha pemasaran yang memiliki tujuan yaitu menarik konsumen baru, mempengaruhi konsumen untuk mencoba produk baru, mendorong konsumen untuk lebih banyak membeli, membuat pelanggan untuk membeli kembali dan dapat bersaing dengan perusahaan lain. Oleh karena itu persepsi harga adalah suatu hal yang sangat perlu dilakukan untuk meningkatkan volume pembelian disuatu perusahaan. (Siaputra, 2024).

Perusahaan-perusahaan dalam industri makanan cepat saji lokal dihadapkan pada tantangan utama, yaitu loyalitas pelanggan. Untuk bersaing dalam penekanan harga, mereka cenderung menyediakan kualitas makanan dan kualitas pelayanan minimal. Selain itu, berbagai studi sebelumnya menyatakan bahwa dalam industri restoran cepat saji, kepuasan pelanggan yang menjadi prediktor loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh berbagai variabel, Seperti kualitas makanan,kualitas pelayanan dan harga.

Loyalitas secara harfiah diartikan kesetiaan, yaitu kesetiaan seseorang terhadap suatu objek. Mowen dan Minor (1998) mendefinisikan loyalitas sebagai kondisi di mana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap suatu merek, mempunyai komitmen pada merek tersebut, dan bermaksud meneruskan pembeliannya di masa mendatang. Loyali- tas menunjukkan kecenderungan pelanggan untuk menggunakan suatu merek tertentu dengan tingkat konsistensi yang tinggi (Dharmmesta, 1999). Ini berarti loyalitas selalu berkaitan dengan preferensi pelanggan dan pembelian aktual. (Mardalis, 1998).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui bahwa kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan harga memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan . Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Analisis kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan di Java Zest Sukoharjo".**

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi pada penilitian ini adalah semua pelanggan yang berkunjung ke Java Zest Sukoharjo (non waralaba asing) yang ada di kota Sukoharjo. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakanteknik non probability sampling dengan metode purposive sampling sebanyak 100 responden. Metode pengolahan dan analisis data yaitu menggunakan analisis analisis kuantitatif yang meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji hipotesis melalui uji F dan uji t serta analisis koefisien regresi (R2) dengan menggunakan bantuan *software* SPPSS.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menyebar angket kepada responden terlebih dahulu untuk mengetahui kevalidan dari masing-masing pernyataan.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

No	R Hitung	R Tabel	Pernyataan
P1	0,830	0,196	VALID
P2	0,732	0,196	VALID
P3	0,731	0,196	VALID
P4	0,739	0,196	VALID
P5	0,808	0,196	VALID

Sumber: Data diolah, 2026.

Hasil Uji validitas variabel loyalitas pelanggan pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa angket mengenai loyalitas pelanggan dari pertanyaan 1 sampai dengan 5 adalah valid. Sehingga 5 item angket loyalitas pelanggan dinyatakan valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Makanan (X1)

No	R Hitung	R Tabel	Pernyataan
P1	0,745	0,196	VALID
P2	0,712	0,196	VALID
P3	0,622	0,196	VALID
P4	0,565	0,196	VALID
P5	0,698	0,196	VALID
P6	0,720	0,196	VALID

Sumber: Data diolah, 2026.

Hasil Uji validitas variabel kualitas makanan pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa angket mengenai kualitas makanan dari pertanyaan 1 sampai dengan 6 adalah valid karena memiliki nilai r hitung > r tabel, sehingga seluruh item dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

No	R Hitung	R Tabel	Pernyataan
P1	0,664	0,196	VALID
P2	0,740	0,196	VALID
P3	0,713	0,196	VALID
P4	0,709	0,196	VALID
P5	0,732	0,196	VALID

Sumber: Data diolah, 2026.

Hasil Uji validitas variabel kualitas pelayanan pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa angket mengenai kualitas pelayanan dari pertanyaan 1 sampai dengan 5 adalah valid. Sehingga 5 item angket kualitas pelayanan dinyatakan valid.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X3)

No	R Hitung	R Tabel	Pernyataan
P1	0,707	0,196	VALID

P2	0,754	0,196	VALID
P3	0,676	0,196	VALID
P4	0,789	0,196	VALID
P5	0,790	0,196	VALID

Sumber: Data diolah, 2026.

Hasil Uji validitas variabel harga pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa angket mengenai harga dari pertanyaan 1 sampai dengan 5 adalah valid. Sehingga 5 item angket harga dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indikator tingkat keandalan atau konsistensi terhadap suatu hasil pengukuran. Suatu pengukuran disebut reliabel atau meiliki keandalan jika konsisten ketika memberikan jawaban yang sama. Croncbach Alpha > 0,6 maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut reliabel.

Tabel 5. Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
1	Loyalitas Pelanggan (Y)	0,907	0,60	Reliabel
2	Kualitas Makanan (X1)	0,863	0,60	Reliabel
3	Kualitas Pelayanan (X2)	0,917	0,60	Reliabel
4	Harga (X3)	0,897	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa semua variabel penelitian memiliki nilai koefisien reliabilitas yang lebih tinggi dari pada *Cronbach's Alpha* yang di syaratkan yaitu sebesar 0,6 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kueisoner adalah dapat diterima yang berarti kuesioner penelitian ini merupakan keusioner reliabel atau hasil instrumen ini dapat dipercaya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

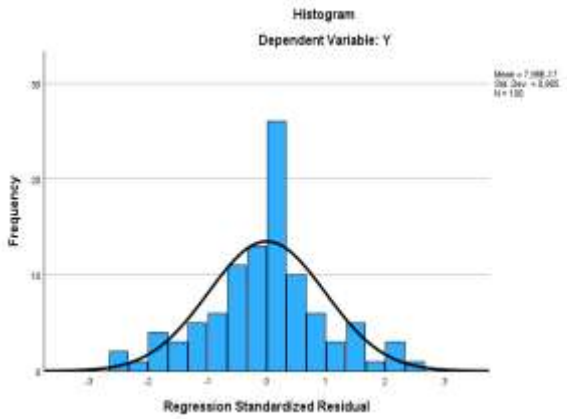
Uji normalitas adalah sebuah pengujian yang meneliti apakah variabel-variabel dalam penelitian terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang diharapkan dalam penelitian ini adalah distribusi data normal atau mendekati normal.

Tabel 6. Uji Normalitas

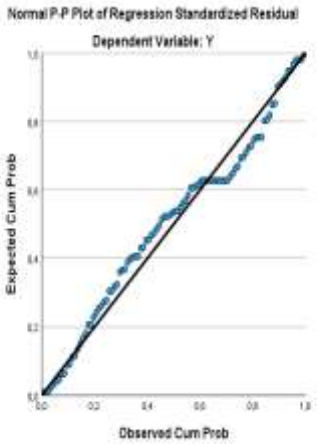
	Unstandardiz ed Residual
N	**100**
Kolmogorov-smrinov Z	**0,082**
Asymp. Sig. (2-tailed)	**0,091**

Sumber: Data diolah, 2026.

Hasil uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,091. Karena nilai signifikansi 0,091 > 0,05, maka H0 diterima, yang berarti data residual berdistribusi Normal. Uji normalitas juga dapat dilihat pada grafik Normal P-P Plot dan histogram berikut ini.



Gambar 1. Histogram Uji Normalitas



Gambar 2. Normal P-P Plot Uji Normalitas

Pada gambar 2, terlihat bahwa sebaran data membentuk pola yang menyerupai kurva lonceng *(bell-shaped)* dan terpusat di sekitar nilai nol. Dengan demikian, secara visual histogram mengindikasikan bahwa asumsi normalitas telah terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas ditujukan untuk mengetahui deteksi gejala korelasi atau hubungan antara variabel bebas atau independen dalam model regresi tersebut.

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

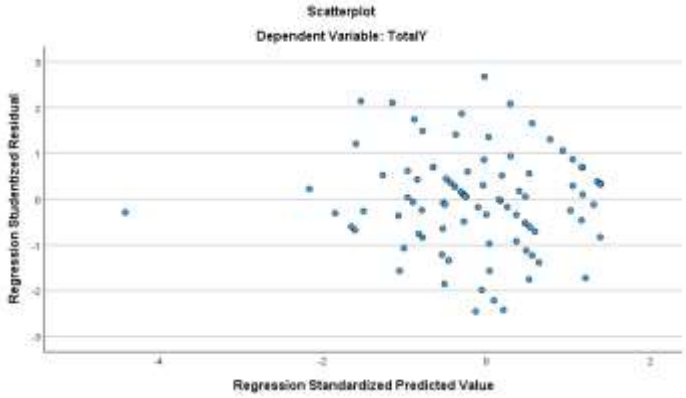
Model		***Collinearity Statistics***		**Keterangan**
		Tolerance	**VIF**	
Kualitas Makana	X1	0,439	2,276	Tidak terjadi multikolinieritas
Kualitas Pelayana	X2	0,543	1,843	
Harga	X3	0,525	1,905	

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, variabel kualitas makanan (X1) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,439 dan VIF sebesar 2,276. Variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,543 dan VIF sebesar 1,843. Selanjutnya, variabel harga (X3) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,525 dan VIF sebesar 1,905. Seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan VIF lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antarvariabel independen dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Dengan membandingkan varians residu dengan nilai prediksi variabel independen, uji heteroskedastisitas dapat digunakan untuk menentukan apakah variabilitas kesalahan (residual) dalam suatu model regresi mengalami perubahan sistematis seiring dengan perubahan nilai antisipasi variabel independen. (Wardana, 2024)



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan grafik scatterplot, menunjukkan titik-titik residual terlihat menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu, seperti pola bergelombang, menyempit, atau melebar. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi.

Uji Hipotesis

Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara variabel yang diteliti, yaitu variabel bebas (kualitas makanan,kualitas pelayanan, dan harga) terhadap variabel terikat (loyalitas pelanggan). Sehingga digunakan analisis regresi linier berganda. (Yana, 2023)

Tabel 8. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

	Unstandardized Coefficients	
MODEL	**B**	**Std. Error**
(Constant)	-0,083	1,422
Kualitas Makakan (X1)	0,100	0,072
Kualitas Pelayanan (X2)	0,227	0,078
Harga (X3)	0,634	0,076

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = -0{,}083 + 0{,}100X_1 + 0{,}227X_2 + 0{,}634X_3}$$

Berdasarkan regresi tersebut, dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Konstanta (Constant) sebesar -0,083 menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas makanan (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan harga (X_3) dianggap bernilai nol, maka nilai variabel Y sebesar -0,083.
b) Koefisien regresi kualitas makanan (X_1) sebesar 0,100 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada kualitas makanan akan meningkatkan nilai Y sebesar 0,100, dengan asumsi variabel lain tetap.
c) Koefisien regresi kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,227 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada kualitas pelayanan akan meningkatkan nilai Y sebesar 0,227, dengan asumsi variabel lain tetap.
d) Koefisien regresi harga (X_3) sebesar 0,634 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada variabel harga akan meningkatkan nilai Y sebesar 0,634, dengan asumsi variabel lain tetap.

Uji T (Parsial)

Uji-t digunakan untuk mengetahui apakah variabel X (kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan harga) berpengaruh terhadap variabel Y (loyalitas pelanggan). (Ampalu & Gunung, 2022).

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

No	Model	t	Sig.	Keterangan
1	Kualitas Makanan (X1)	1,381	0,171	H1 ditolak
2	Kualitas Pelayanan (X2)	2,900	0,005	H2 diterima
3	Harga (X3)	8,360	<,001	H3 diterima

Sumber: Data diolah, 2026

Adapun perhitungannya adalah sebagai berikut:

1. Nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ (1,381 ≤ 1,984) dan nilai signifikan 0,171 > 0,05 maka H0 diterima dan H_1 ditolak. Dapat disimpulkan kualitas makanan (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) Java Zest Sukoharjo.
2. Nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ (2,900 > 1,984) dan nilai signifikan 0,005 < 0,05 maka H0 ditolak dan H_2 diterima. Dapat disimpulkan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) Java Zest Sukoharjo.
3. Nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ (8,360 ≥ 1,984) dan nilai signifikan 0,001 < 0,05 maka H0 ditolak dan H_3 diterima. Dapat disimpulkan harga (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) Java Zest Sukoharjo.

Uji F (Simultan)

Uji F dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen kualitas makanan (X1), kualitas pelayanan (X2) dan harga (X3) terhadap variabel dependen loyalitas pelanggan (Y).

Tabel 10. Hasil Uji F Simultan

F hitung	F tabel	Sig.	Keputusan
82,363	2,70	<,001	H4

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui nilai f_{hitung} sebesar 82,363, dengan nilai signifikan < 0,001. Karena nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ (82,363 > 2,70) dan signifikansi <0,05, maka hasil pengujian menunjukkan bahwa H4 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R2) dilakukan untuk melihat seberapa besar kemampuan variabel independen secara bersama dapat memberi penjelasan terhadap variabel dependen.

Tabel 12. Uji Koefisiensi Determinasi (R2)

R	R Square	Adjusted R Square
0,849	0,720	0,711

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R sebesar 0,849, nilai R Square sebesar 0,720, dan Adjusted R Square sebesar 0,711. Nilai R Square sebesar 0,720 menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian mampu menjelaskan variasi variabel dependen sebesar 72,0%, sedangkan sebesar 28,0% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Sementara itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,711 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dan sampel penelitian, model mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 71,1%. Dengan demikian, model penelitian memiliki kemampuan yang cukup kuat dalam menjelaskan variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengaruh kualitas makanan terhadap loyalitas pelanggan di Java Zest Sukoharjo.

Berdasarkan hasil uji t secara parsial, diperoleh nilai t hitung sebesar 1,381 < t tabel sebesar 1,984 dengan nilai signifikansi 0,171 > 0,05, sehingga H1 ditolak. Dengan demikian, kualitas makanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Java Zest Sukoharjo. Hasil penelitian ini berbeda dengan Jannah et al. (2024) yang menunjukkan bahwa kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan selanjutnya berpengaruh terhadap loyalitas. Perbedaan tersebut dapat disebabkan oleh model penelitian, karena Jannah et al. menggunakan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening, sedangkan penelitian ini menguji pengaruh langsung kualitas makanan terhadap loyalitas. Hasil penelitian ini juga berbeda dengan Sholihudin dan Nuryanto (2024), yang menunjukkan bahwa kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang berkaitan dengan loyalitas. Sementara itu, Mangopo et al. (2026) dan Setyarana (2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga lebih berperan dalam memengaruhi loyalitas pelanggan. Dengan demikian, pada Java Zest Sukoharjo kualitas makanan belum menjadi faktor yang secara langsung menentukan loyalitas pelanggan, karena pelanggan kemungkinan lebih mempertimbangkan kualitas pelayanan, harga, kenyamanan, suasana, dan pengalaman secara keseluruhan.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Java Zest Sukoharjo.

Berdasarkan hasil uji t secara parsial, diperoleh nilai *t* hitung sebesar 2,900 > *t* tabel sebesar 1,984 dengan nilai signifikansi 0,005 < 0,05, sehingga H2 diterima. Dengan demikian, kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Java Zest Sukoharjo. Hasil penelitian ini sejalan dengan Mangopo et al. (2026) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen KFC Kota Sorong serta Setyarana

(2022) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna Go-Food di Kota Jakarta. Hasil ini juga didukung oleh Sholihudin dan Nuryanto (2024) serta Ayunani et al. (2023) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang cepat, ramah, tanggap, dan sesuai harapan dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan sehingga mendorong pembelian ulang dan rekomendasi kepada orang lain. Dengan demikian, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Java Zest Sukoharjo, semakin besar kemungkinan pelanggan untuk tetap memilih dan melakukan pembelian kembali.

Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan di Java Zest Sukoharjo.

Berdasarkan hasil uji t secara parsial, diperoleh nilai t hitung sebesar 8,360 > t tabel sebesar 1,984 dengan nilai signifikansi 0,005 < 0,05, sehingga H3 diterima. Dengan demikian, harga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Java Zest Sukoharjo. Hasil penelitian ini sejalan dengan Mangopo et al. (2026) yang menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen KFC Kota Sorong serta Setyarana (2022) yang menemukan bahwa harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna Go-Food di Kota Jakarta. Hasil penelitian ini juga didukung oleh Jannah et al. (2024) serta Sholihudin dan Nuryanto (2024) yang menunjukkan bahwa harga atau kewajaran harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang kemudian berkaitan dengan loyalitas. Berdasarkan temuan penelitian, pelanggan Java Zest Sukoharjo mempertimbangkan kesesuaian antara harga yang dibayarkan dengan manfaat dan pengalaman yang diperoleh. Ketika pelanggan merasa harga yang ditetapkan sesuai dan dapat diterima, mereka cenderung melakukan pembelian ulang dan tetap memilih Java Zest Sukoharjo. Dengan demikian, harga menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

Pengaruh kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di Java Zest Sukoharjo.

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 82,363 > F tabel sebesar 2,70 dengan nilai signifikansi 0,001 < 0,05, sehingga H4 diterima. Dengan demikian, kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Java Zest Sukoharjo. Hasil penelitian ini sejalan dengan Sholihudin dan Nuryanto (2024) yang menunjukkan bahwa kualitas makanan, kualitas layanan, dan kewajaran harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang kemudian berkaitan dengan loyalitas. Hasil tersebut juga didukung oleh Ayunani et al. (2023) yang menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun secara parsial kualitas makanan tidak berpengaruh signifikan, kombinasi kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan harga secara bersama-sama tetap mampu memengaruhi loyalitas pelanggan Java Zest Sukoharjo. Oleh karena itu, ketiga faktor tersebut perlu diperhatikan secara terpadu dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Variabel yang paling berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Java Zest Sukoharjo.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh koefisien regresi kualitas makanan sebesar 0,100, kualitas pelayanan sebesar 0,227, dan harga sebesar 0,634. Berdasarkan nilai tersebut, harga merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi loyalitas pelanggan Java Zest Sukoharjo karena memiliki nilai koefisien regresi paling besar dibandingkan kualitas makanan dan kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan pada harga memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap loyalitas pelanggan dibandingkan kedua variabel

lainnya. Pelanggan Java Zest Sukoharjo cenderung mempertimbangkan kesesuaian antara harga dengan manfaat yang diperoleh dalam membentuk loyalitasnya. Oleh karena itu, Java Zest Sukoharjo perlu mempertahankan harga yang dianggap sesuai oleh pelanggan dengan tetap memperhatikan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan di Java Zest Sukoharjo, dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas makanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai t hitung 1,381 < t tabel 1,984 dan signifikansi 0,171 > 0,05.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai t hitung 2,900 > t tabel 1,984 dan signifikansi 0,005 < 0,05.
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai t hitung 8,360 > t tabel 1,984 dan signifikansi 0,001 < 0,05.
4. Kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai F hitung 82,363 > F tabel 2,70 dan signifikansi 0,001 < 0,05. Nilai R Square sebesar 0,720 menunjukkan bahwa ketiga variabel menjelaskan 72,0% loyalitas pelanggan.
5. Harga merupakan variabel paling dominan terhadap loyalitas pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 0,634. Oleh karena itu, Java Zest Sukoharjo perlu mempertahankan harga yang sesuai dengan manfaat dan kualitas yang diterima pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Ampalu, P., & Gunung, K. (2022). *Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan 3b cafe di paraman ampalu kecamatan gunung tuleh kabupaten pasaman barat*.

Andar, A.H., Dirgantara, I.M.B., dan Nurdianasari, R. (2024). Analisis pengaruh kualitas makanan, harga, lokasi dan lingkungan, serta kualitas layanan melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada restoran cepat saji lokal rocket chicken. *Diponegoro Journal of Management*, *13*, 1–12. https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/47723/32383

Ayunani, N. A., Varadina, Y., & Octavia, A. N. (2023). Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Solusi*, *21*(3), 290–299.

Dwi Jayanti, S. (2022). Analysis of Self-Service Quality on Customer Satisfaction at All You Can Eat Restaurants in Bandung City, Indonesia Analisis Kualitas Layanan Self-Service terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran All You Can Eat Kota Bandung, Indonesia. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)* |, *3*(3), 71–80. https://ijabo.a3i.or.id

Fadillah, N., & Syahreza, D. S. (2025). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Store atmosphere Terhadap Keputusan pembelian pada Toko Roti Ganda Pematangsiantar*. *5*, 334–343.

Fahluzi, A. M., & Solihati, K. D. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Raa Cha Suki & BBQ Mall Plaza Atrium disebut dengan Korean wave . Amahorseja & Aidi (2018). Keberadaan industri makanan bukan sekedar faktor*. *6*(2), 79–90.

Jannah, U. L. L., Krisdianto, D., & Anastuti, K. U. (2024). PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *JIAGABI*, *13*(2), 72–86.

Khoirunnisa, A. A., Wijayanto, A., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (n.d.). *Pendahuluan*. *X*(I), 672–680.

Mangopo, Y. R., Edwar, R. C., Landjang, X. I. S., & Damanik, L. G. S. (2026). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen KFC Kota Sorong. *Jurnal Entitas Ekonomi Dan Bisnis*, *2*(1), 1–14.

Mardalis, A. (1998). *Meraih loyalitas pelanggan*. 111–119.

Mariansyah, A., Darma, U. B., Syarif, A., & Darma, U. B. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan , dan Harga*. *3*(2), 134–146.

Matondang, A., & Syahriandy, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sari Catering di Medan. In H. Syahrial (Ed.), *Skripsi*. Universitas Medan Area.

Perdana, R. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Martabak Bangka Den Bagoes* [Universitas Medan Area]. http://repository.uma.ac.id

Putri, H. C. (2025). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Pada Pelanggan Gojek Di Bandar Lampung)*. Universitas Lampung.

Rahayu, S., & Kunci, K. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan*. *5*(2), 2192–2207.

Riadi, M. T., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Ilmu, D. A. N., Islam, U., Sultan, N., & Kasim, S. (2023). *Pengaruh kualitas pelayanan dan variasi produk terhadap kepuasan konsumen restauran ichiban sushi living world kota pekanbaru*.

Sanjaya, F. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Bahan Kue Yen*. 17–24.

Sembiring, N. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Cita Rasa, Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Mie Ayam Jogja* [Universitas Medan Area]. https://repository.uma.ac.id

Setyarana, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi GO-FOOD di Kota Jakarta. *Manajemen Dewantara*, *6*(1), 35–44.

Sevia Dita, P. (2025). *PENGARUH HARGA DISKON, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA APLIKASI MARKETPLACE TIKTOK SHOP DI KALANGAN SISWA KELAS XII JURUSAN IPS SMA N 1 TANJUNG BINTANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN*.

Sholihudin, F., & Nuryanto, S. (2024). *Faktor penentu loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening Determinants of customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable*. *23*, 185–200.

Siaputra, H. (2024). *Pengaruh Kualitas Makanan , Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang pada Restoran XYZ Surabaya*. *10*(1), 13–23.

SILALAHI, J. R. (2023). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PELAYANAN*

TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DALAM MEMBELI MAKANAN SIAP SAJI MC DONALDS (PADA MAHASISWA DI KOTA MEDAN).

Tegar Sugianto, A., & Syamsuar, G. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Makanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Double'B Bellas Bananas Tangerang. *Jurnal STEI Ekonomi*, *20*(20), 1–19.

Wardana, D. S. (2024). Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Sepatu Futsal Merek Specs Di Banjarnegara. In *Skripsi*. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.

Wayan Sandi Artha Yudha, I., Kualitas Pelayanan Pramusaji dan Harga Makanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, P., Nyoman Sudiarta, I., & Eka Wirawan, P. (2023). The Influence of Waiter Service Quality and Food Prices on Customer Loyalty. *Jurnal Pariwisata Dan Bisnis)*, *02*(9), 1967–1975. https://dx.doi.org/10.22334/paris.v2i9

Wibawa, A. P. (2025). *PENGARUH LOKASI, KUALITAS MAKANAN, PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WARUNG MAKAN BEJO (Studi Kasus Pada Warung Makan Bejo)*. Universitas Islam Raden Rahmat.

Yana, K. N. (2023). Pengaruh Strategi Branding dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen Mister Geprek 3 Unila di Bandar Lampung). In *Skripsi*. Universitas Lampung.