

## PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS RASA, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA KULINER SEBLAK GOYANG LIDAH DI KABUPATEN NGANJUK

Erlina Fita Alifiah<sup>1\*</sup>, Susi Damayanti<sup>2</sup>, Dian Kusumaningtyas<sup>3</sup>

<sup>1),2),3)</sup> Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. KH. Ahmad Dahlan No.76, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur  
[erlinafita31@gmail.com](mailto:erlinafita31@gmail.com)\*

### Informasi Artikel

Tanggal Masuk : 26/06/2026

Tanggal Revisi : 04/07/2026

Tanggal Diterima : 14/07/2026

### Abstract

*The goal of this study is to ascertain how product innovation, taste quality, and service quality affect the expansion of the Seblak Goyang Lidah culinary enterprise in Nganjuk Regency. For this quantitative study, 100 respondents were chosen through the use of purposeful sampling. Data was gathered via a questionnaire, and multiple linear regression analysis was performed using IBM SPSS Statistics 26. The results show that product innovation has a pretty significant impact on business growth, with a significance value of 0.049. Additionally, it was demonstrated that service quality has a substantial impact on business development with a significance value of 0.027, but flavor quality has a somewhat high impact with a significance value of 0.037. Product innovation, taste quality, and service quality all significantly affect business development when taken as a whole, with a significance value of 0.000. This study is intriguing since it looks at how product innovation, taste quality, and service quality affect Seblak Goyang Lidah, a local culinary SME in Nganjuk Regency.*

**Keywords:** *Product Innovation, Taste Quality, Service Quality, Business Development, Seblak Goyang Lidah*

### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pertumbuhan usaha kuliner Seblak Goyang Lidah di Kabupaten Nganjuk dipengaruhi oleh inovasi produk, kualitas rasa, dan kualitas layanan. Teknik penentuan sampel secara purposif (purposive sampling) diterapkan dalam menentukan 100 responden pada penelitian kuantitatif ini. Data dikumpulkan melalui kuesioner, kemudian dianalisis dengan bantuan program IBM SPSS Statistics 26 menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Temuan penelitian menunjukkan bahwa, dengan nilai signifikansi 0,049, inovasi produk memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap perkembangan usaha. Lebih lanjut, telah ditunjukkan bahwa kualitas rasa memiliki dampak yang cukup besar terhadap perkembangan usaha dengan nilai signifikansi 0,037, tetapi kualitas layanan memiliki dampak yang signifikan dengan nilai signifikansi 0,027. Dengan nilai signifikansi 0,000, inovasi produk, kualitas rasa, dan kualitas layanan semuanya berdampak signifikan terhadap perkembangan usaha secara bersamaan. Penelitian ini menarik karena mengkaji bagaimana UMKM kuliner lokal, yaitu Seblak Goyang Lidah di Kabupaten Nganjuk, dipengaruhi oleh inovasi produk, kualitas rasa, dan kualitas layanan.

**Kata Kunci:** *Inovasi Produk, Kualitas Rasa, Kualitas Layanan, Pengembangan Usaha, Seblak Goyang Lidah*

## PENDAHULUAN

Bisnis makanan di Indonesia telah berkembang pesat. Untuk memenuhi permintaan pelanggan dan dinamika pasar, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menerapkan teknik pemasaran yang lebih inovatif dan beragam serta pengembangan cita rasa yang bervariasi [1]. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia tahun 2024, UMKM di Indonesia paling sering beroperasi di industri kuliner. Sektor ini tidak hanya mendominasi jumlah perusahaan, tetapi juga mengalami pertumbuhan lebih cepat dibandingkan subsektor bisnis lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa subsektor kuliner merupakan komponen kunci dari ekonomi kreatif dan katalisator bagi perluasan ekonomi nasional [2]. Tingginya perkembangan sektor kuliner mencerminkan perannya yang penting dalam menciptakan kesempatan kerja, meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat, dan mendorong pertumbuhan bisnis lokal. Meskipun demikian, peningkatan jumlah usaha kuliner turut menyebabkan persaingan pasar menjadi lebih kompetitif. Situasi ini menuntut para pelaku usaha untuk terus mengembangkan inovasi, memperbaiki mutu produk, dan menyesuaikan strategi bisnisnya agar tetap relevan serta mampu mempertahankan keberadaannya di tengah dinamika pasar yang terus berubah.

Perubahan gaya hidup masyarakat terutama pada generasi muda, turut menggeser pola konsumsi kuliner secara nyata [3]. Konsumen saat ini tidak lagi semata mempertimbangkan rasa, melainkan juga menaruh perhatian pada inovasi produk, mutu pelayanan, tampilan sajian, hingga pengalaman konsumsi secara menyeluruh. Tren

makanan pedas dan makanan viral yang menyebar luas melalui media sosial mendorong lahirnya berbagai usaha kuliner baru yang menawarkan konsep segar dan berbeda [4]. Salah satu jenis usaha kuliner yang tumbuh pesat dalam arus tren tersebut adalah usaha seblak, yaitu makanan dengan cita rasa pedas yang menawarkan pilihan topping beragam dan variasi tingkat kepedasan yang ditawarkan memungkinkan setiap konsumen menyesuaikan pilihan rasa berdasarkan selera masing-masing. Di Kabupaten Nganjuk, fenomena serupa terjadi pada usaha Seblak Goyang Lidah, sebuah UMKM kuliner lokal yang cukup diminati kalangan remaja dan masyarakat umum karena keunikan produknya dan harga yang terjangkau. Seiring waktu, munculnya pesaing baru dengan tampilan produk lebih menarik, ragam menu lebih beragam, serta layanan berbasis digital yang lebih modern menuntut usaha ini untuk berbenah secara strategis agar tetap relevan di mata konsumen.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan perusahaan kuliner ditentukan oleh beberapa aspek. Salah satu elemen yang mendapat perhatian besar adalah inovasi produk. Menurut temuan penelitian, inovasi produk dapat meningkatkan minat konsumen dalam melakukan pembelian, membangun loyalitas pelanggan, dan meningkatkan pendapatan bisnis, yang semuanya berdampak positif dan signifikan terhadap pertumbuhan UMKM kuliner [5]. Dalam konteks usaha kuliner, inovasi produk dapat diwujudkan melalui berbagai bentuk, seperti pengembangan variasi menu, pembaruan resep, perbaikan desain kemasan, hingga penyajian produk yang lebih menarik. Selain inovasi produk, penelitian lain menunjukkan bahwa kualitas rasa juga memainkan peran penting dalam memengaruhi kepuasan pelanggan dan mendorong pembelian berulang; dalam industri kuliner, konsistensi rasa merupakan faktor kunci dalam membangun loyalitas pelanggan jangka panjang. Upaya-upaya ini dilakukan untuk meningkatkan daya tarik produk sekaligus menawarkan nilai tambah kepada konsumen [6]. Sejumlah penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berperan positif dalam membentuk loyalitas pelanggan pada UMKM. Hal ini terlihat dari pelayanan yang diberikan secara responsif, sikap ramah dari pelaku usaha, serta kemampuan menciptakan kenyamanan bagi konsumen. Faktor-faktor tersebut pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan pelanggan secara menyeluruh [7].

Studi ini dilakukan dengan maksud untuk meneliti pengaruh simultan dari kualitas rasa, kualitas pelayanan, dan inovasi produk terhadap pertumbuhan usaha kuliner Seblak Goyang Lidah di Kabupaten Nganjuk. Integrasi ketiga variabel ini ke dalam satu model analitis dengan memanfaatkan teknik penjelasan kuantitatif yang memungkinkan pengumpulan informasi empiris yang objektif dan dapat diukur terkait hubungan kausal adalah hal yang menjadikan penelitian ini unik. Selain itu, Penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan sumbangan teoretis terhadap perkembangan ilmu manajemen pemasaran dan kewirausahaan, serta menjadi panduan yang bermanfaat bagi UMKM kuliner dalam mengembangkan strategi pengembangan bisnis yang lebih kompetitif, adaptif, dan sesuai dengan tuntutan konsumen modern. Masih minim penelitian yang mengkaji ketiga faktor tersebut secara bersamaan, khususnya pada UMKM kuliner daerah seperti Seblak Goyang Lidah di Kabupaten Nganjuk. Berangkat dari kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji serta mengevaluasi pengaruh parsial serta simultan dari kualitas rasa, inovasi produk, dan kualitas layanan terhadap pengembangan bisnis.

## **METODE**

Untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antara inovasi produk, kualitas rasa, dan kualitas pelayanan dalam kaitannya dengan pertumbuhan usaha kuliner Seblak Goyang Lidah di Kabupaten Nganjuk, Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai metode penelitian. Seluruh pelanggan UMKM Seblak Goyang Lidah yang jumlah pastinya tidak diketahui dimasukkan ke dalam populasi penelitian, sehingga ukuran sampel ditentukan dengan rumus Lemeshow dan diperoleh sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria responden berusia minimal 17 tahun, pernah membeli produk Seblak Goyang Lidah, serta bersedia mengisi kuesioner penelitian. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel dengan menggunakan skala Likert lima poin. Setelah data terkumpul, analisis dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 26 untuk menguji keterkaitan antarvariabel dalam penelitian ini.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

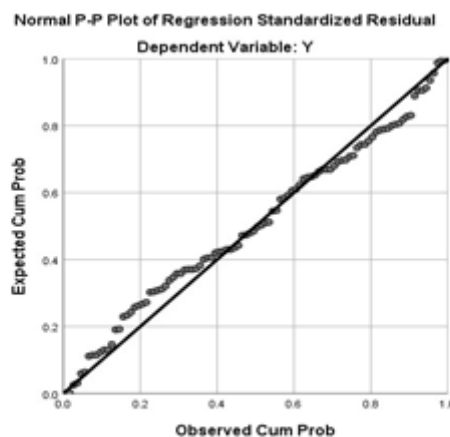
Seluruh responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner adalah konsumen yang telah memenuhi kriteria yang ditetapkan, dengan jumlah total sesuai besaran sampel penelitian yakni sebanyak 100 responden. Berdasarkan data yang dikumpulkan, perempuan mencapai 75% dari total responden penelitian ini, sedangkan laki-laki mencapai 25%. Menurut penelitian ini, mayoritas pelanggan Seblak Goyang Lidah di Nganjuk adalah perempuan.

Berdasarkan statistik usia responden, 62 (62%) pelanggan Seblak Goyang Lidah di Kabupaten Nganjuk berusia antara 17 dan 25 tahun. Terdapat 29 orang (29%) dalam kelompok usia berikutnya, yaitu 26–35 tahun. Sebaliknya, hanya ada dua responden (2%) dalam kelompok usia di atas 45 tahun, dan tujuh responden (7%) dalam kelompok usia 36–45 tahun. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa konsumen Seblak Goyang Lidah Kabupaten Nganjuk didominasi oleh kelompok usia 17–25 tahun, yang menunjukkan bahwa produk seblak lebih banyak diminati oleh kalangan usia muda.

Berdasarkan data kunjungan responden, sebanyak 99 orang (99%) pernah melakukan kunjungan atau pembelian di Seblak Goyang Lidah Kabupaten Nganjuk. Sementara itu, hanya 1 orang (1%) yang tidak pernah melakukan kunjungan atau pembelian. Hasil ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden telah mengenal dan memiliki pengalaman langsung terhadap produk maupun layanan Seblak Goyang Lidah Kabupaten Nganjuk.

### Uji Normalitas

Uji Kolmogorov-Smirnov dan analisis grafis Normal P-P Plot, yaitu salah satu jenis visualisasi untuk melihat distribusi data, merupakan dua pendekatan yang digunakan dalam penilaian normalitas pada penelitian ini.



**Gambar 1 Hasil Uji Normalitas Probability Plots**

Sumber: data primer yang diolah, 2026

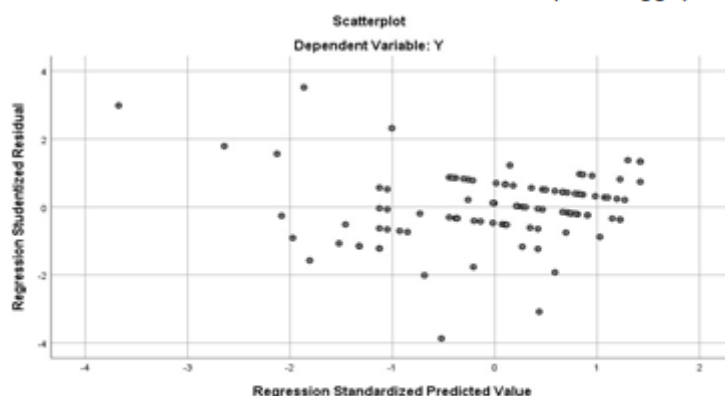
Penyebaran titik-titik data berada di dekat garis diagonal dan menunjukkan kecenderungan mengikuti garis tersebut, sesuai dengan temuan uji normalitas pada Gambar 1, yang ditunjukkan menggunakan plot probabilitas di SPSS versi 26. Kriteria ini menunjukkan bahwa data penelitian terdistribusi secara teratur. Berdasarkan hasil uji yang dilakukan, tidak terdapat pelanggaran terhadap asumsi normalitas pada model regresi..

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antarvariabel independen dalam model regresi [8]. Data dikatakan tidak mengalami multikolinearitas apabila nilai tolerance lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Berdasarkan hasil pengujian, variabel inovasi produk memperoleh VIF sebesar 2,205, kualitas rasa sebesar 2,751, dan kualitas layanan sebesar 1,589, yang semuanya masih berada di bawah ambang batas yang ditentukan. Adapun nilai tolerance masing-masing variabel adalah 0,454 pada inovasi produk, 0,364 pada kualitas rasa, serta 0,629 pada kualitas layanan, dan seluruhnya melebihi 0,10. Hasil penelitian mengindikasikan adanya pengaruh variabel seperti inovasi produk, kualitas rasa, dan kualitas layanan cocok untuk diteliti lebih lanjut. Namun, tidak ada hubungan linier yang kuat antar variabel independen karena tidak ditemukan tanda-tanda multikolinearitas dalam model regresi yang digunakan.

### Uji Heteroskedastisitas

Jika suatu model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas artinya, jika model tersebut tidak menunjukkan tanda-tanda heteroskedastisitas maka model tersebut dapat dianggap memadai.



**Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastitas**

Sumber: data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan gambar yang disertakan, tidak ditemukan adanya indikasi heteroskedastisitas pada model regresi, dimana titik-titik data tersebar secara acak di sekitar nilai nol pada sumbu Y.

### Uji Linearitas

Tujuan uji linearitas adalah untuk memastikan apakah terdapat pola linear yang signifikan dalam hubungan antara dua variabel. Nilai signifikansi antara inovasi produk dan pengembangan bisnis adalah 0,000, antara kualitas rasa dan pengembangan bisnis adalah 0,006, serta antara kualitas layanan dan pengembangan bisnis adalah 0,000, sesuai dengan temuan uji linearitas yang ditampilkan dalam tabel ANOVA. Karena ketiga nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel bebas memiliki hubungan linier dengan variabel terikat, sehingga asumsi linearitas terpenuhi dan data dapat dianalisis menggunakan regresi linier berganda.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Apabila suatu variabel dipengaruhi oleh variabel lain, analisis regresi linier berganda dapat dilakukan untuk menguji hubungan antara dua atau lebih variabel independen dan variabel dependen.

**Tabel 1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |                 | Unstandardized Coefficients<br>B | Std. Error | Standardized Coefficients<br>Beta | t     | Sig. |
|-------|-----------------|----------------------------------|------------|-----------------------------------|-------|------|
| 1     | (Constant)      | 19.308                           | 2.209      |                                   | 8.741 | .000 |
|       | Inovasi Produk  | .131                             | .067       | .277                              | 1.964 | .049 |
|       | Kualitas Rasa   | -.080                            | .089       | -.142                             | -.901 | .037 |
|       | Kualitas Produk | .161                             | .071       | .269                              | 2.248 | .027 |

a. Dependent Variable: Pengembangan Usaha

Sumber: data primer yang diolah, 2026

Maka persamaan regresi dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = 19.308 + 0.131X_1 - 0.080X_2 + 0.161X_3 + e$$

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Konstanta = 19.308

Bilangan konstan ini menunjukkan bahwa nilai perkembangan perusahaan (Y) adalah 19,308 jika variabel-variabel untuk inovasi produk ( $X_1$ ), kualitas rasa ( $X_2$ ), dan kualitas layanan ( $X_3$ ) dianggap tidak berpengaruh atau bernilai nol.

- b. Koefisien  $X_1 = 0.131$   
Variabel inovasi produk ( $X_1$ ) memiliki koefisien regresi senilai 0,131. Bahwasannya untuk setiap kenaikan satu unit pada variabel inovasi produk, pertumbuhan perusahaan (Y) akan meningkat sebesar 0,131 jika variabel rasa dan kualitas layanan tetap sama.
- c. Koefisien  $X_2 = -0.080$   
Variabel kualitas rasa ( $X_2$ ) memiliki koefisien regresi senilai -0,080. Bahwasannya untuk setiap peningkatan satu unit dalam kualitas rasa, pertumbuhan perusahaan (Y) akan menurun sebesar 0,080 dengan asumsi inovasi produk dan kualitas layanan tetap sama.
- d. Koefisien  $X_3 = 0.161$   
Variabel kualitas layanan ( $X_3$ ) memiliki koefisien regresi senilai 0,161. Bahwasannya untuk setiap peningkatan satu tingkat dalam kualitas layanan akan mempercepat pertumbuhan bisnis sebesar 0,161 (Y) jika inovasi produk dan cita rasa tetap sama.

### Uji Koefisien Determinasi

Tingkat variasi pada variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas ditunjukkan melalui nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) [9]. Data uji menghasilkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,107. Berdasarkan angka tersebut, kontribusi inovasi produk, rasa yang baik, dan layanan yang memuaskan hanya sebesar 10,7% terhadap pertumbuhan perusahaan. Sisanya, yaitu 89,3% perubahan dalam pertumbuhan usaha. Hasil tersebut mengindikasikan adanya faktor lain di luar model penelitian yang berkontribusi terhadap pertumbuhan usaha. Karena variabel dalam penelitian ini tidak berpengaruh signifikan, maka pertumbuhan usaha UMKM Seblak Goyang Lidah di Kabupaten Nganjuk diduga lebih dipengaruhi oleh faktor di luar lingkup penelitian.

### Uji t

Melalui uji-t, dapat diketahui apakah masing-masing variabel independen secara signifikan memengaruhi variabel dependen [10]. Dalam penelitian ini, untuk menilai pengaruh tiap variabel dalam penelitian inovasi produk, kualitas rasa, dan kualitas layanan terhadap pengembangan usaha, digunakan uji parsial.

Variabel inovasi produk menunjukkan nilai signifikansi senilai 0,049 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hasil analisis menunjukkan bahwa inovasi produk secara parsial berkontribusi signifikan terhadap pengembangan usaha kuliner Seblak Goyang Lidah di Kabupaten Nganjuk. Dengan demikian, hipotesis pertama ( $H_1$ ) dinyatakan diterima.

Karena nilai signifikansi variabel kualitas rasa  $0,037 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa pertumbuhan usaha kuliner Seblak Goyang Lidah di Kabupaten Nganjuk agak dipengaruhi oleh kualitas rasa. Dengan demikian, hipotesis kedua ( $H_2$ ) dinyatakan diterima.

Karena nilai signifikansi variabel kualitas layanan senilai  $0,027 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa pertumbuhan usaha kuliner Seblak Goyang Lidah di Kabupaten Nganjuk agak dipengaruhi oleh kualitas layanan. Oleh karena itu, diputuskan untuk menerima hipotesis ketiga ( $H_3$ ).

## Uji F

Uji F dilakukan dalam penelitian ini untuk menentukan apakah semua faktor independen secara kolektif (secara simultan) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen [11].

**Tabel 2 Tabel Uji F  
ANOVA<sup>a</sup>**

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F     | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| 1     | Regression | 43.511         | 3  | 14.504      | 4.940 | .003 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 281.879        | 96 | 2.936       |       |                   |
|       | Total      | 325.390        | 99 |             |       |                   |

a. Dependent Variable: Pengembangan Usaha

b. Predictors: (Constant), Inovasi produk, Kualitas rasa, Kualitas produk

Sumber: data primer yang diolah, 2026

Dengan nilai signifikansi  $0,003 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa pertumbuhan bisnis dipengaruhi secara bersama-sama oleh inovasi produk, kualitas rasa, dan kualitas layanan.

## Pembahasan

### Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Pengembangan Usaha

Variabel inovasi produk memiliki nilai signifikansi sebesar 0,049, yang lebih kecil dari 0,05, berdasarkan hasil pengujian. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa pengembangan bisnis dipengaruhi secara signifikan oleh karakteristik ini. Selain itu, koefisien regresi yang diperoleh menunjukkan adanya hubungan satu arah antara inovasi produk dan pengembangan bisnis, dengan nilai positif sebesar 0,131. Dengan kata lain, tingkat pengembangan bisnis di Seblak Goyang Lidah di Kabupaten Nganjuk meningkat seiring dengan meningkatnya kualitas inovasi produk yang diterapkan.

Hasil analisis responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian setuju terhadap inovasi produk yang diterapkan oleh Seblak Goyang Lidah di Kabupaten Nganjuk. Inovasi tersebut terlihat dari adanya keberagaman menu, variasi topping, serta pilihan tingkat kepedasan yang dapat menyesuaikan preferensi konsumen. Hasil ini selaras dengan temuan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa bagaimana inovasi produk secara signifikan dan positif memengaruhi perkembangan usaha kecil dan menengah di industri makanan. Hal ini mendorong pertumbuhan usaha yang berkelanjutan, meningkatkan loyalitas konsumen, dan meningkatkan minat pembelian. [12].

### Pengaruh Kualitas Rasa Terhadap Pengembangan Usaha

Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas rasa memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan bisnis, karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,037. Namun, dalam model yang diteliti, terdapat hubungan terbalik antara kualitas rasa dan pertumbuhan bisnis, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi yang negatif, yaitu -0,080.

Hasil responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian setuju terhadap kualitas rasa Seblak Goyang Lidah di Kabupaten Nganjuk. Hal ini mengindikasikan bahwa cita rasa produk tersebut dinilai khas dan sesuai dengan selera konsumen. Hasil ini sejalan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang menunjukkan pentingnya kualitas rasa dalam pertumbuhan industri kuliner. Rasa yang enak terbukti dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong pembelian berulang [13].

### Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Pengembangan Usaha

Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan memberikan pengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha, karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,027. Selain itu, adanya hubungan satu arah antara kualitas layanan dan perkembangan usaha ditunjukkan oleh koefisien regresi yang dihitung, yang bernilai positif sebesar 0,161. Oleh karena itu, tingkat perkembangan perusahaan Seblak Goyang Lidah di Kabupaten Nganjuk meningkat seiring dengan meningkatnya kualitas layanan yang diberikan.

Berdasarkan temuan penelitian tersebut, sebagian besar peserta menyatakan kepuasan terhadap layanan Seblak Goyang Lidah di Kabupaten Nganjuk. Ternyata, pelanggan merasakan proses transaksi yang lebih menyenangkan ketika mereka menerima layanan yang cepat, sopan, dan responsif. Sejalan dengan penelitian

lain, hasil ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki dampak positif terhadap perkembangan usaha UMKM. Hal ini terutama terlihat dari cara kualitas layanan tersebut meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan [14].

### **Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Rasa, dan Kualitas Layanan Terhadap Pengembangan Usaha**

Hasil uji simultan menunjukkan nilai yang signifikan sebesar 0,003 untuk inovasi produk, kualitas rasa, dan kualitas layanan. Temuan ini menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut secara bersama-sama memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap perkembangan usaha Seblak Goyang Lidah di Kabupaten Nganjuk karena nilai tersebut lebih kecil dari kriteria 0,05.

Hasil responden menunjukkan bahwa sebagian besar memberikan respon positif terhadap inovasi produk, kualitas rasa, dan kualitas layanan pada Seblak Goyang Lidah Kabupaten Nganjuk. Inovasi yang dilakukan melalui keberagaman menu dan topping, cita rasa yang diterima dengan baik oleh konsumen karena sesuai selera mereka, serta pelayanan yang optimal dinilai berkontribusi terhadap pengembangan usaha. Ketiga variabel tersebut memiliki keterkaitan dalam menciptakan kepuasan pelanggan, meningkatkan minat pembelian, dan menjaga loyalitas konsumen. Temuan penelitian ini mendukung studi terdahulu yang mengungkapkan bahwa peningkatan inovasi produk serta kualitas pelayanan yang baik mampu mendorong konsumen untuk melakukan pembelian karena adanya kepuasan dalam proses konsumsi [15].

Dengan demikian, pengembangan usaha Seblak Goyang Lidah di Kabupaten Nganjuk dapat ditingkatkan melalui keberlanjutan inovasi produk, menjaga konsistensi kualitas rasa, serta jika ketiga faktor tersebut dikelola dengan baik, maka kualitas layanan kepada konsumen akan meningkat sehingga perusahaan menjadi lebih kompetitif dan mampu berkembang dalam persaingan industri kuliner yang semakin ketat.

### **KESIMPULAN**

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa pengembangan bisnis dipengaruhi secara signifikan oleh inovasi produk. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,049, yang lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis  $H_1$  diterima dan hipotesis  $H_0$  ditolak. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat pengembangan bisnis di Seblak Goyang Lidah di Kabupaten Nganjuk meningkat seiring dengan kualitas inovasi produk yang diterapkan di sana. Perubahan menu, penambahan topping, dan penciptaan produk yang merespons permintaan pelanggan merupakan contoh inovasi jenis ini, yang pada akhirnya meningkatkan daya tarik perusahaan dan memperkuat posisinya sebagai pemimpin di sektor kuliner. Akibatnya, perkembangan bisnis sangat dipengaruhi oleh inovasi produk parsial.

Berdasarkan hasil uji parsial, perkembangan bisnis sangat dipengaruhi oleh kualitas rasa. Hasil pengujian menunjukkan  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima dengan nilai signifikansi  $0,037 < 0,05$ . Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas rasa berperan penting dalam pengembangan usaha kuliner, karena konsumen cenderung memilih dan membeli ulang produk dengan cita rasa yang lezat, khas, dan konsisten. Karena itu, menjaga kualitas rasa menjadi strategi yang penting untuk mempertahankan kepuasan pelanggan sekaligus mendukung keberlanjutan usaha. Dengan demikian, kualitas rasa terbukti secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha Seblak Goyang Lidah di Kabupaten Nganjuk.

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa perkembangan bisnis dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas layanan. Nilai signifikansi sebesar 0,027, yang lebih kecil dari 0,05, menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Hasil ini mengindikasikan bahwa perkembangan bisnis berkorelasi positif dengan kualitas layanan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan melalui layanan yang cepat, ramah, dan responsif, yang pada gilirannya memengaruhi pembentukan loyalitas dan kelangsungan bisnis dalam jangka panjang. Pertumbuhan perusahaan Seblak Goyang Lidah di Kabupaten Nganjuk terbukti sedikit banyak dipengaruhi oleh kualitas layanan.

Hasil pengujian simultan menunjukkan bahwa pertumbuhan bisnis Seblak Goyang Lidah di Kabupaten Nganjuk dipengaruhi secara signifikan oleh inovasi produk, kualitas rasa, dan kualitas layanan.  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima ketika nilai signifikansi  $0,003 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan bisnis dipengaruhi secara signifikan oleh ketiga variabel independen tersebut secara bersamaan. Kemungkinan suatu perusahaan akan berkembang dan mampu bersaing di industri kuliner yang sangat kompetitif meningkat seiring dengan kualitas inovasi produk yang diterapkan, konsistensi kualitas rasa yang dipertahankan, dan kualitas layanan yang diberikan. Dengan demikian, telah terbukti bahwa inovasi produk, kualitas rasa, dan kualitas layanan sama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan usaha Seblak Goyang Lidah di Kabupaten Nganjuk.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Dhermawan F, Sari PD, Fauziah YA, Dalilla D, Priyandini M, Rismawati. Inovasi Rasa dan Strategi Pemasaran : Kunci Sukses UMKM Seblak di Tengah Persaingan. *Socius J Penelit Ilmu-Ilmu Sos* 2025;2:96–9.
- [2] Asri EV, Aimar SP, Rahmadani FN, Meylana WC, Sari DY, Rafita F. PENINGKATAN KAPABILITAS DIGITAL UMKM MELALUI PELATIHAN DIGITAL MARKETING, BRANDING, DAN PEMBUATAN AKUN MEDIA SOSIAL BISNIS DI DESA PULAU PAYUNG. *SENTRI J Ris Ilm* 2024;3:4919–26.
- [3] Aldilaa AR, Sifanab DN, Andinic G, Putrad P, Faizale AR, Zaimasuri. Mengupas Perubahan Gaya Hidup Anak Muda Bandar Lampung di Era E-Commerce dan Digital Payment : Studi Kualitatif tentang Perubahan Sosial dalam Konsumsi Digital. *J Ilmu Komun Dan Sos Polit* 2025;02:986–93.
- [4] Moeslim MA, Dwian MA, Ingtyas FT, Ginting L. Peran Media Sosial dalam Mendorong Inovasi Rasa , Bentuk , dan Persepsi Kekinian Jajanan Indonesia di Era Digital : Studi Literatur. *J GARINA* 2025;17.
- [5] Hamzah M, Pratiwi MP. Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan King Geprek Sumberanyar. *J Artif Intell Digit Bus* 2025;4:1661–9.
- [6] Septiana R, Prasetya BP. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Seblak Pasta Taman Siswa. *Manaj Kreat J* 2024;2:60–72.
- [7] Hendayani D, Indriasari N, Rahman A. Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Seblak Mama Tuti Kota Bengkulu. *J Indones Manag* 2023;3:809–16.
- [8] Hendrianto AY, Haliza AN, Firdausi MF. Statistical Analysis in Multicorrelation Test Conditions : Confronting the Incompatibility of Classical Assumptions. *Socius J Penelit Ilmu-Ilmu Sos* 2023;1:355– 60.
- [9] Kharislam DD, Pravasanti YA, Ningsih S. PENGARUH PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Indomaret Ruko Garuda Mas) Dewangga. *J Akunt Dan Pajak* 2021;22.
- [10] Suwadi HA, Lumanauw B, Samadi RL. PENGARUH PRODUCT VARIETY DAN CITA RASA TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN UMKM ANEKA KUE DI PASAR BAHU KOTA MANADO. *J EMBA* 2024;12:669–79.
- [11] Azhari E, Saleh LM, Marantika M. ANALISIS FAKTOR PENYEBAB KETERLAMBATAN PROYEK PEMBANGUNAN GEDUNG LABORATORIUM TERPADU DAN PERPUSTAKAAN MAN 1 MALUKU TENGAH. *J Agreg* 2023;2:262–70.
- [12] Avriyanti S. PENGARUH INOVASI PRODUK DAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA ( Studi Pada UMKM Bidang Kuliner Di Kabupaten Tabalong ). *J STIA Tabalong* 2022;6:61–73. <https://doi.org/10.35722/pubbis>.
- [13] Jamal A, Busman SA. PENGARUH CITA RASA DAN LOKASI PENGARUH CITA RASA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AYAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AYAM GEPREK JUNIOR CABANG PEKAT DI GEPREK JUNIOR CABANG PEKAT DI KABUPATEN SUMBAWA. *J Manaj DAN BISNIS* 2021;4:27–34.
- [14] Gunanjar I, Maulidan R, Verinanda MR, Syahputra R, Sari MR, Zubir. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PEMBELIAN ONLINE PRODUK USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DI KOTA LANGSA. *J Akuntansi, Manajemen, Bisnis, Dan Teknol* 2025;5:445–51.
- [15] Daulay MP, Wulandari S, Yuliana Y, Rahmat M. PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PT. CITRA RASA COKLAT CHOCO BAKERY CABANG TEMBUNG. *JIMK J Ilmu Manaj Dan Kewirausahaan* 2024;5:387–97.