Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital
Volume 3, Nomor 2, Mei 2026
e-ISSN: 3046-7748, p-ISSN: 3046-7764, Hal 132-145
DOI : https://doi.org/10.61132/jumabedi.v2i4.1020
Tersedia: https://ejournal.arimbi.or.id/index.php/JUMABEDI

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Perkembangan Usaha Kuliner di Rumah Makan Incor Laru Kecamatan Tambangan

Muhammad Sangkot Pangidoan Nst[1*], Muhlisah Lubis[2], Muhammad Ardiansyah[3]
[1-3]Manajemen Bisnis Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal, Indonesia
Emai: pangidoannst400@gamial.com[1], lubismuhlisah14@gmail.com[2], mardiansyah@stain-madina.ac.id[3]*
[*]Penulis korespondensi: pangidoannst400@gamial.com[1]

Abstract. *This study was conducted by Muhammad Sangkot Pangidoan (Student ID: 20090033) under the title* "The Effect of Product Quality on Business Development in the Culinary Sector at Rumah Makan Incor Laru, Tambangan District, Mandailing Natal Regency." *This quantitative research employed multiple linear regression analysis. Data were collected through questionnaires distributed to 96 respondents using a simple random sampling technique. The objective of this study was to determine and examine the effect of product quality on the business development of Rumah Makan Incor Laru. The research was carried out in Tambangan Tonga Village from December 2023 to August 2025. The independent variable in this study is product quality, while the dependent variable is business development. The results show that product quality has a positive and significant effect on business development, with a significance value of 0.000 < 0.05. The coefficient of determination (R^2) is 0.522, indicating that 52.2% of changes in business development are explained by product quality, while the remaining 47.8% are influenced by other factors outside this study. The simple regression equation obtained is Y = 24.583 + 0.275X, with a t-count of 9.340 greater than the t-table value of 2.372, meaning the hypothesis is accepted.*

Keywords: *Business Development; Culinary Business; Product Quality; Regresi Linear; Simple Random*

Abstrak. Penelitian ini dilakukan oleh Muhammad Sangkot Pangidoan (NIM: 20090033) dengan judul *"Pengaruh Kualitas Produk terhadap Perkembangan Usaha Kuliner di Rumah Makan Incor Laru Kecamatan Tambangan Kabupaten Mandailing Natal."* Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan analisis regresi linear berganda. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 96 responden dengan teknik *simple random sampling*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menguji pengaruh kualitas produk terhadap perkembangan usaha kuliner di Rumah Makan Incor Laru. Lokasi penelitian berada di Desa Tambangan Tonga dan dilaksanakan pada Desember 2023 hingga Agustus 2025. Variabel independen adalah kualitas produk, sedangkan variabel dependen yaitu perkembangan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,522 menunjukkan bahwa 52,2% perubahan pada perkembangan usaha dijelaskan oleh variabel kualitas produk, sedangkan sisanya 47,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Persamaan regresi sederhana diperoleh Y = 24,583 + 0,275X, dengan nilai t-hitung 9,340 > t-tabel 2,372, yang berarti hipotesis diterima.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Perkembangan Usaha; Regresi Linear; Simple Random; Usaha Kuliner

1. PENDAHULUAN

Dalam industri kuliner, kualitas produk merupakan salah satu faktor kunci yang mempengaruhi perkembangan usaha, terutama pada rumah makan. Kualitas produk yang baik tidak hanya berhubungan dengan rasa, tetapi juga mencakup aspek kebersihan, penyajian, dan kepuasan pelanggan. Dalam konteks persaingan yang semakin ketat, rumah makan harus mampu menawarkan produk yang tidak hanya memenuhi ekspektasi pelanggan, tetapi juga dapat menciptakan diferensiasi yang jelas dari kompetitor. Hal ini menjadikan penelitian

Naskah Masuk: 15 Juni 2025; Revisi: 04 Agustus 2025; Diterima: 05 November 2025;
Terbit: 01 Desember 2025

tentang kualitas produk dan dampaknya terhadap perkembangan usaha sangat penting (Maulidiyah & Sudarwanto, 2021).

Rumah makan yang berhasil biasanya memiliki standar kualitas yang tinggi, di mana mereka secara konsisten menyajikan makanan yang lezat dan aman untuk dikonsumsi. Namun, banyak usaha rumah makan yang masih menghadapi tantangan dalam menjaga kualitas produk. Selain itu, dengan perkembangan teknologi dan akses informasi yang semakin mudah, pelanggan kini memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap kualitas produk. Ulasan online dan media sosial memberikan platform bagi pelanggan untuk berbagi pengalaman mereka, sehingga kualitas produk yang buruk dapat menyebar dengan cepat dan berdampak negatif pada citra usaha. Oleh karena itu, rumah makan harus lebih proaktif dalam meningkatkan kualitas produk agar tetap relevan dan kompetitif di pasar (Halim, 2020).

Perkembangan usaha rumah makan juga dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal, seperti tren makanan sehat dan keberlanjutan. Pelanggan saat ini lebih sadar akan pentingnya memilih makanan yang tidak hanya enak, tetapi juga bergizi dan ramah lingkungan. Oleh karena itu, rumah makan yang mampu menyesuaikan produk mereka dengan tren ini cenderung lebih berhasil dalam menarik perhatian pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan laman (Alfani & Sulastini, 2020).

Usaha kuliner rumah makan Incor Laru yang terletak di Kecamatan Tambangan Kabupaten Mandailing Natal, memulai perjalanannya di Laru pada tahun 2006 berkat inisiatif Jaffar Rangkuti, seorang pengusaha lokal. Awalnya hanya sebuah warung sederhana, Incor Laru segera menarik perhatian dengan menyajikan masakan khas Mandailing yang otentik dan lezat. Menu utamanya, seperti rendang, gulai, dan berbagai hidangan Padang lainnya, cepat menjadi favorit di kalangan penduduk setempat dan juga wisatawan yang datang lewat melintas ke arah Sumatera Barat ataupun sebaliknya ke arah Sumatera Utara (Sahuddin, 2024).

Tabel 1. Daftar Menu Makanan.

No	Daftar Menu Makanan
1	Asam Padeh Incor
2	Rendang Belut
3	Ayam Goreng
4	Ikan Sale
5	Ikan Panggang
6	Ikan Garing
7	Gulai Ikan Mas
8	Sambal Udang
9	Daun Ubi Tumbuk
10	Sayur Kangkung
11	Daun Pepaya
12	Sambal Jengkol

Sumber: Data Primer 2024.

Dengan berkembangnya teknologi dan media sosial, Incor Laru mengalami peningkatan popularitas yang signifikan. Ulasan positif dari pelanggan membantu memperluas jangkauan warung makan ini di kalangan masyarakat luas. Pada saat yang sama, pemilik Incor Laru mulai mempertimbangkan ekspansi dengan membuka cabang di beberapa daerah disekitaran Mandailing Natal ini. Langkah ini tidak hanya memperluas pasarmereka, tetapi juga memungkinkan lebih banyak orang untuk menikmati masakan khas Minangkabau tanpa harus pergi ke Laru, Kecamatan Tambangan

Tabel 2. Pendapatan Rumah Makan Incor Laru Perbulan.

No	Keterangan	Jumlah
1	Pendapatan Perbulan	Rp. 11.500.000
2	Pengeluwaran Perbulan	Rp. 6.630.000
3	Total Pendapatan Bersih Perbulan	Rp. 5.870.000

Sumber: Data Primer 2025.

Tabel 3. Pendapatan Rumah Makan Incor Laru Tahunan.

No	Jumlah Pendapatan Pertahun
2022	Rp. 60.000.000
2023	Rp. 45.000.000
2024	Rp. 30.000.000

Sumber: Data Primer 2025.

Pendapatan pada tahun 2021 tersebut naik karena pada masa pandemi corona, sejumlah rumah makan banyak tutup sedangkan rumah makan Incor Laru buka karena sudah meminta izin pada aparat, sehingga banyak konsumen dari rumah makan yang lain datang untuk membeli makanan di rumah makan Incor Laru yang menyebabkan pendapatan pada tahun 2021 pendapatan naik (Sahuddin, 2025). Sedangkan pendapatan pada tahun 2022 dan 2023 yang menurun karena sudah banyak nya pesaing di sekitar rumah makan Incor Laru tersebut, sehinnga konsumen yang biasanya singgah ke rumah makan Incor Laru kini mereka singgah ke rumah makan yang ada di sekitaran rumah makan Incor Laru tersebut (Sahuddin, 2025).

Perkembangan usaha yang dijalankan dan menarik konsumen yang baik harus memiliki etika dalam berdagang. Ajaran islam mengajarkan bahwa dalam membuka usaha harus memiliki etika bisnis dalam Islam sebagai ajaran akhlak, etika bisnis merupakan suatu hal yang sudah menjadi keharusan atau sudah menyatu dengan bisnis karena bisnis pada hakikatnya tidak hanya mengejar keuntungan material saja namun juga immaterial. Tanpa etika maka kegiatan bisnis akan menjadi kegiatan yang bebas nilai dan menjadi dunia hitam (Badroen, 2015). Berdasarkan firman Allah SWT dalam Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 168 sebagai berikut :

يَٰٓأَيُّهَا ٱلنَّاسُ كُلُواْ مِمَّا فِى ٱلْأَرْضِ حَلَٰلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُواْ خُطُوَٰتِ ٱلشَّيْطَٰنِ ۚ إِنَّهُۥ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: *Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan*

janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.(QS. Al-Baqarah: 168).

Kutipan dari ayat tersebut memberikan contoh moral dalam berbisnis baik untuk memberikan makan yang baik, halal dan memilki kualitas produk yang bagus dalam peningkatan dan kemajuan usaha yang akan dijalankan. Menurut Islam produk konsumen adalah berdaya guna, materi yang dapat dikonsumsi yang bermanfaat yang bernilai guna, yang menghasilkan perbaikan material, moral, spiritual bagi konsumen. Sesuatu yang tidak berdaya guna dan dilarang dalam Islam bukan merupakan produk dalam pengertian Islam (Arijanto, 2020).

Berdasarkan hasil observasi awal, penulis menemukan beberapa masalah yaitu keterbatasan dalam pemilihan bahan baku, kurangnya pelatihan bagi pelayan, dan proses pengolahan yang tidak memadai. Akibatnya, produk yang dihasilkan sering kali tidak memenuhi harapan pelanggan, yang berdampak pada perkembangan usaha. Pertama mengenai keterbatasan dalam pemilihan bahan baku, pada saat bahan baku segar, seperti sayuran, daging, atau rempah-rempah, tidak tersedia atau sulit diperoleh, rumah makan Incor Laru sering kali terpaksa mencari alternatif yang mungkin tidak sebaik atau tidak sesuai dengan standar yang diharapkan, sehingga hal ini dapat mengakibatkan penurunan rasa, kualitas, dan keamanan makanan, yang pada gilirannya dapat merugikan reputasi restoran di mata pelanggan sehingga berdampak pada perkembangan usaha dari rumah makan Incor Laru.

Kedua mengenai kurangnya pelatihan bagi pelayan, pelayan di runah makan Incor Laru kurang terlatih sehingga kesulitan dalam mengelola pesanan dan menyajikan makanan dengan tepat waktu, yang dapat membuat pelanggan frustrasi dan merusak pengalaman bersantap pelanggan sehinga berdampak pada perkembangan usaha dari rumah makan Incor Laru. Ketiga proses pengolahan yang tidak memadai, kurangnya perhatian terhadap waktu memasak dapat mengakibatkan makanan yang terlalu matang atau tidak matang sama sekali, mempengaruhi rasa dan tekstur hidangan dari rumah makan Incor Laru, sehinga berdampak pada perkembangan usaha dari rumah makan Incor Laru.

Maka dari itu peneliti tertarik melakukan penelitian dirumah makan tersebut untuk mengetahui lebih lanjut tetang rumah makan tersebut , maka peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Perkembangan Usaha di Rumah Makan Incor Laru Tambangan Kecamatan Tambangan"**

2. KAJIAN TEORI

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen berdasarkan mutu, daya tahan, keandalan, dan estetika. Produk yang berkualitas tinggi menjamin loyalitas pelanggan dan menjadi kekuatan utama dalam menghadapi persaingan usaha (Kotler, 2018; Tristiana & Mashariono, 2020).

Dimensi kualitas produk menurut Lupiyoadi & Hamdani (2017) mencakup:

a. Kinerja (Performance) – fungsi utama produk.
b. Fitur (Features) – keistimewaan tambahan.
c. Keandalan (Reliability) – konsistensi dan kepercayaan.
d. Kesesuaian (Conformance) – standar dan spesifikasi.
e. Daya tahan (Durability) – umur penggunaan produk.
f. Estetika (Aesthetic) – keindahan dan penampilan.
g. Kualitas yang dipersepsikan (Perceived Quality) – citra dan reputasi produk.

Faktor-faktor yang memengaruhi kualitas antara lain bahan baku, proses produksi, desain, cara pengemasan, dan transportasi. Selain itu, sembilan bidang dasar (market, money, management, men, motivation, material, machine, modern information method, mounting product requirement) turut menentukan tingkat mutu. Dalam perspektif Islam, peningkatan kualitas produk wajib dijaga dengan prinsip kejujuran, kehalalan, dan keadilan. QS. An-Nisa: 29 menegaskan bahwa transaksi harus dilakukan secara sah dan suka sama suka. Indikator kualitas produk (Ariella & Irfan, 2018) meliputi: kinerja, fitur tambahan, keandalan, kesesuaian, daya tahan, dan estetika.

Perkembangan Usaha

Perkembangan usaha berarti proses pertumbuhan dan perluasan kegiatan bisnis agar mampu bersaing dan meningkatkan pendapatan (Anoraga, 2017). Usaha berkembang melalui inovasi produk, peningkatan produksi, dan perluasan pasar.

Strategi utama pengembangan usaha (Rangkuti, 2017; Suryana, 2020):

a. Peningkatan Skala Ekonomis – memperbesar kapasitas produksi agar biaya per unit menurun.
b. Perluasan Cakupan Usaha – menambah jenis produk/jasa atau melakukan diversifikasi.

Faktor yang memengaruhi perkembangan usaha antara lain kualitas produk, kemampuan sumber daya manusia, desain, harga, serta daya saing pasar (Ardhani, 2018).

Indikator perkembangan usaha (Anggraeni, 2020):

a. Modal Usaha – kekuatan finansial dan pengelolaannya, termasuk prinsip modal halal dan anti riba.
b. Omzet Penjualan – jumlah pendapatan yang menunjukkan keberhasilan pemasaran.
c. Keuntungan Usaha – selisih positif antara pendapatan dan biaya yang menunjukkan efisiensi usaha.

Dalam pandangan Islam, bekerja dan berusaha adalah bagian dari ibadah. QS. Al-Ahqaaf: 19 menegaskan bahwa setiap orang mendapat balasan sesuai amalnya. Prinsip bisnis Islam menekankan kejujuran, profesionalitas, niat ibadah, serta kewajiban zakat dan infaq.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan model regresi linier sederhana untuk menganalisis pengaruh variabel kualitas produk terhadap perkembangan usaha di Rumah Makan Incor Laru Kecamatan Tambangan, Kabupaten Mandailing Natal. Penelitian dilaksanakan mulai Desember 2023 hingga September 2025, dengan populasi yang tidak diketahui jumlah pastinya sehingga penentuan sampel menggunakan rumus Lemeshow dan menghasilkan 96 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, angket (kuesioner) menggunakan skala Likert 5 poin, dan dokumentasi guna memperkuat hasil penelitian.

Selanjutnya, analisis data dilakukan melalui beberapa tahap yaitu uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan keandalan instrumen penelitian, uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas dan heteroskedastisitas untuk memastikan data memenuhi syarat regresi, serta uji regresi linier sederhana guna mengukur pengaruh kualitas produk (X) terhadap perkembangan usaha (Y). Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t untuk mengetahui pengaruh parsial antar variabel dan uji determinasi (R^2) untuk melihat seberapa besar variabel bebas menjelaskan variabel terikat. Analisis data dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 21 agar hasilnya lebih akurat dan terukur.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Usaha kuliner rumah makan Incor Laru yang terletak di Kecamatan Tambangan Kabupaten Mandailing Natal, memulai perjalanannya di Laru pada tahun 2006 berkat inisiatif Salahuddin Hasibuan, seorang pengusaha lokal. Awalnya hanya sebuah warung sederhana, Incor Laru segera menarik perhatian dengan menyajikan masakan khas Mandailing yang

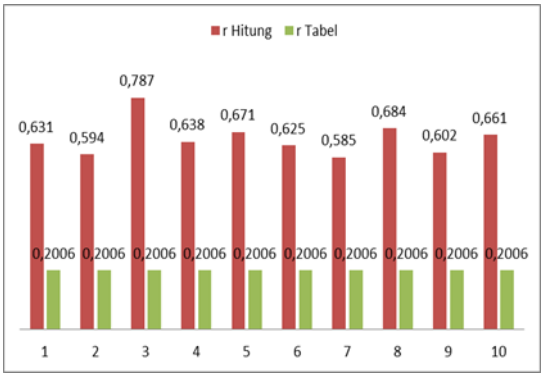
otentik dan lezat. Menu utamanya, seperti rendang, gulai, dan berbagai hidangan Padang lainnya, cepat menjadi favorit di kalangan penduduk setempat dan juga wisatawan yang datang lewat melintas ke arah Sumatera Barat ataupun sebaliknya ke arah Sumatera Utara (Sahuddin Hasibuan, 2024).

Uji Instumen Penelitian

a. Uji Validitas

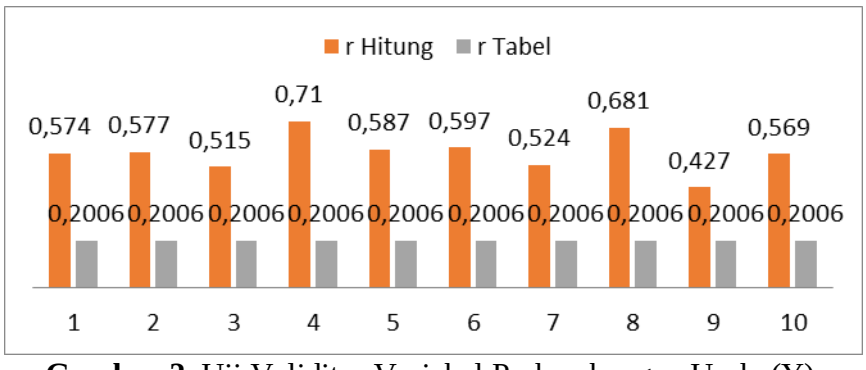
Validitas dilakukan dengan cara membandingkan $rhitung$ dan $rtabel$ dengan ketentuan sebagai berikut:

1) Jika $rhitung > rtabel$, maka data valid
2) Jika $rhitung < rtabel$, maka data tidak valid



Gambar 1. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk(X).
Sumber: Hasil Pengelolahan data SPSS 25.

Berdasarkan Gambar 1 di atas, hasil analisis data variabel bebas yaitu kualitas produk dan variabel telrikat yaitu Perkembangan Usaha menunjukan bahwa seluruh koefisien korelasi memiliki nilai lebih besar dari r_{tabel} 0,2006 , artinya seluruh pernyataan tersebut bersifat valid, maka pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis belrikutnya.



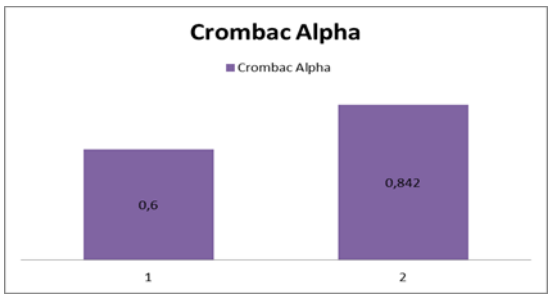
Gambar 2. Uji Validitas Variabel Perkembangan Usaha(Y).
Sumber: Hasil Pengelolahan Data SPSS 25.

Berdasarkan Gambar 4.5 di atas, hasil analisis data variabel bebas yaitu kualitas produk dan variabel terikat yaitu Perkembangan Usaha menunjukan bahwa seluruh

koefisien korelasi memiliki nilai lebih besar dari r_{tabel} 0,2006 , artinya seluruh pernyataan tersebut bersifat valid, maka pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

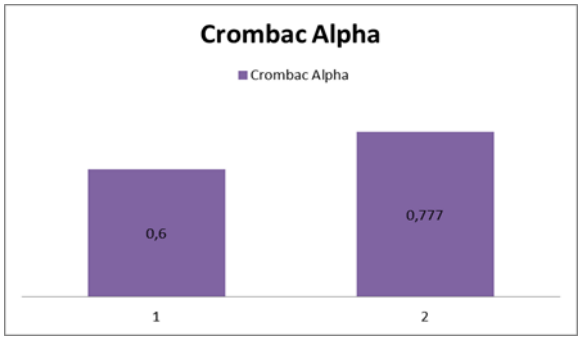
b. Uji Reabilitas

Untuk menguji reliabilitas digunakan Teknik *Crobanch Alpha* > 0,60 maka data tersebut mempunyai keandalan yang tinggi. Perhitungan reliabilitas dilakukan dengan metode *Crobanch Alpha* dengan bantuan SPSS versi 25.



Gambar 3. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk(X).
Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25.

Hasil pengujian terhadap reliabilitas kuesioner menghasilkan angka *cronbach's alpha* sebesar 0,842. Hal ini dapat dinyatakan bahwa semua pernyataan dari Kualitas Produk(X) teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan reliabel.



Gambar 4. Hasil Uji Reliabilitas Perkembangan Usaha (Y).
Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25.

Hasil pengujian terhadap reliabilitas kuesioner menghasilkan angka *cronbach's alpha* sebesar 0,777. Hal ini dapat dinyatakan bahwa semua pernyataan dari Perkembangan Usaha(Y) teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov- Smirnov.*

1) Jika nilai signifikansi > 0.05 maka distribusi dari data penelitian adalah normal
2) Jika nilai signifikansi < 0.05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal

Tabel 4. Uji Normalitas Menggunakan Kolmogorov-Smirnov Test.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Studentized Deleted Residual
N		96
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0018879
	Std. Deviation	1,02163284
Most Extreme Differences	Absolute	,507
	Positive	,507
	Negative	-,092
Kolmogorov-Smirnov Z		1,053
Asymp. Sig. (2-tailed)		,818

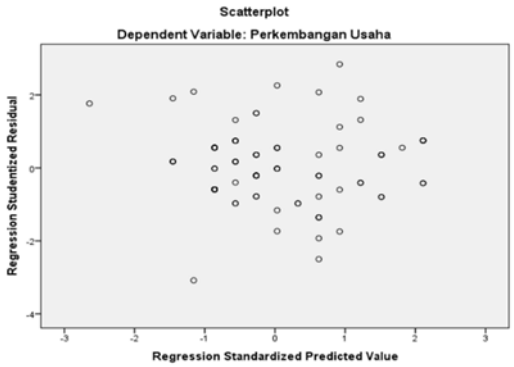
Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25.

Berdasarkan hasil pengujian normalitas diatas diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yang diperoleh untuk variabel kualitas Produk (X) dan Perkembangan Usaha(Y) yaitu 0,818 lebih besar dari 5% (>0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data penelitian yang digunakan telah berdistribusi normal.

b. Uji Heterokedastisitas

Pada uji scatterplots terdapat beberapa ciri-ciri tidak terjadi gejala heterokedastisitas yaitu sebagai berikut:

1) Titik-titik data penyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0
2) Titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja
3) Penyebaran tititk-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian meneyempit dan melebar kembali
4) Penyebaran titik-titik data tidak berpola



Gambar 5. Hasil Uji Heteroskedastitas.
Sumber: Hasil olahan data SPSS 25.

Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat bahwa tidak ditemukan adanya pola tertentu pada uji *scatterplot* (terdistribusi secara acak). Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linier Sederhana

Dasar pengambilan keputusan pada uji regresi linear sederhana ini adalah:

a. Jika nilai signifikansi < 0,05 mengandung arti bahwa ada pengaruh kualitas produk terhadap perkembangan usaha.
b. Jika nilai signifikansi > 0,05 mengandung arti bahwa tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap perkembangan usaha.

Tabel 5. Coefficients Regresi Linear Sederhana.

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,303	2,311		6,190	,000
	Kualitas Produk	,668	,054	,789	12,443	,000

Sumber: Data Olahan SPSS 25.

Berdasarkan uji regresi linier sederhana melalui program SPSS diatas, maka diperoleh persamaan sebagai berikut: Tabel 4.2 menunjukan hasil yang diperoleh dari persamaan regresi antara variabel X dan Y yaitu Y= 14,303 + 0,668 X. Dengan demikian, nilai konstanta b=0,668 dan nilai konstanta a=14,303.

Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria penguji sebagai berikut:

1) Apabila $thitung > ttabel$dan apabila tingkat signifikasi < α (0,05), maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variable dependen.
2) Apabila $thitung < ttabel$dan apabila tingkat signifikasi > α (0,05), maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap varibel dependen.

Tabel 6. Uji Pasrial t.

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,303	2,311		6,190	,000
	Kualitas Produk	,668	,054	,789	12,443	,000

Sumber: Data Olahan SPSS 25.

Hasil pengujian statistik pada tabel 4 di atas menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 12,443 lebih besar dari pada t_{tabel} (n=96, 5%) 1,665 dan nilai signifikansi 0,000<0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya variabel kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha (Y).

b. Uji Determinasi (Uji R^2)

Uji Determinasi (*R*2) bertujuan untuk mengukur kemampuan variabel-variabel independen yaitu kualitas produk dalam menjelaskan variabel dependen, adalah perkembangan usaha.

$$KP = r2 \times 100\%$$

Keterangan:

KP= Besarnya koefisien penentu (determinan)

r2 = Koefisien korelasi yang dikuadratkan

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,789[a]	,622	,618	1,762

Sumber: Data Olahan SPSS 25.

Hasil pengujian yang ditunjukkan pada tabel 4.4 diatas bahwa besar koefisien determinasi (R Square) pada penelitian ini adalah 62,2%. Sedangkan sisanya sebesar 37,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan pada model penelitian ini. (Agung, 2017)

Pembahasan Hasil Penelitian

Kualitas produk (*product quality)* adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, kendalaan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan serta atribut lainnya. Sifat khas mutu suatu produk harus mempunyai sebuah muti dimensi, karena harus memberi sebuah kepuasan kepada konsumen dan memberikan sebuah nilai yang bermanfaat besar bagi konsumeln delngan melalui berbagai cara. Oleh karelna itu, sebaiknya setiap produk harus mempunyai sebuah ukuran yang mudah dihitung. Misalnya berat, isi, luas, dan diameter. Karena dengan cara tersebut supaya agar dengan mudah mencari konsumen yang selsuai dengan kebutuhan perkembangan usaha.

Temuan ini didukung oleh penelitian Sugiat & Qinthara (2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk merupakan faktor penting dalam pengembangan usaha Sejiwa Coffee. Begitu juga dengan penelitian Tuluki et al. (2023) yang menyimpulkan bahwa kualitas produk(x) berpengaruh positif terhadap perkembangan UMKM. Maka, hasil penelitian ini

memperkuat bahwa kualitas produk yang baik sangat menentukan keberhasilan dan perkembangan usaha, termasuk di sektor kuliner seperti Rumah Makan Incor Laru.

Berdasarkan hasil analisis menggunakan SPSS versi 21 terhadap 96 responden, diperoleh bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha. Hasil uji t menunjukkan nilai t-hitung sebesar 12,443 lebih besar dari t-tabel 1,664, dengan signifikansi 0,000 < 0,05. Ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas produk mampu mendorong perkembangan usaha secara nyata. Instrumen penelitian dinyatakan valid dan reliabel, dengan nilai Cronbach's Alpha untuk variabel kualitas produk sebesar 0,842 dan perkembangan usaha sebesar 0,777, keduanya berada di atas ambang batas 0,60. Artinya, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini cukup kuat dan konsisten dalam mengukur variabel yang diteliti.

Syarat dalam melakukan uji analisis regresi linier sederhana dengan pengujian asumsi klasik dengan menggunakan 2 jenis uji coba yaitu Normalitas dan Heteroskedastisitas. Uji normalitas dipergunakan dalam mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak normal. Nilai *Asymp. Sig* memporoleh nilai sebanyak 0,818 yang lebih besar dari 0,05 (5%), sehingga disimpulkan data berdistribusi normal serta syarat uji asumsi klasik terpenuhi. Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini digunakan uji grafik plot dengan kriteria heteroskedastisitas terjadi apabila grafik *scatterplot* yang direpresentasikan memiliki pola tertentu seperti linear atau garis lurus. Berdasarkan grafik plot dapat dilihat bahwa tidak ditemukan adanya pola tertentu pada grafik *scatterplot* (terdistribusi secara acak). Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tahap uji hipotesis dilaksanakan dengan melakukan uji regresi linier sederhana, uji parsial (uji t) dan uji determinasi ($R^{2)}$. Uji regresi linier sederhana menggunakan bantuan *SPSS* versi 25. Tujuan Uji ini digunakan untuk mengukur pengaruh antara variabel kualitas produk(X) dan variabel perkembangan usaha(Y). Berdasarkan uji regresi linier sederhana melalui program *SPSS*, maka diperoleh persamaan menunjukan hasil yang diperoleh dari persamaan regresi antara variabel X dan variabel Y yaitu Y= 14,303 + 0,668 X. Dengan demikian, nilai konstanta b=0,668 dan nilai konstanta a=14,303.

Uji t digunakan untuk melakukan pengujian secara parsial atau untuk melihat kualitas produk (X) apakah berpengaruh terhadap perkembangan usaha(Y). Dasar pengambilan keputusan adalah apabila nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel}, maka hipotesis diterima. Namun, jika t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka hipotesis ditolak. Adapun dengan menggunakan uji parsial (uji t) diperoleh bahwa nilai t_{hitung} sebesar 12,443 lebih besar dari pada t_{tabel} (n=96, 5%) yaitu 1,664 dan nilai signifikansi 0,000<0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_0

ditolak, artinya variabel kualitas produk(X) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha(Y), yang terlihat $t_{hitung} > t_{tabel}$ (12,443 > 1,664). Berarti penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa "Kualitas produk Islam berpengaruh terhadap perkembangan usaha".

Uji determinasi (R^2) dipergunakan untuk mengetahui perolehan persentase dari variabel kualitas produk(X) terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y), dari uji determinasi ini dapat diketahui pada kolom *R square* menunjukan nilai sebesar 0,622 =62,2%. Sehingga dalam hal ini dapat diartikan bahwa variabel kualitas produk terhadap variabel perkembangan usaha 62,2 %. Sedangkan sisanya sebesar 37,8 % merupakan factor yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha dengan nilai signifikansi sebesar 0.000<0,05. Koefisien determinasi yang dihasilkan adalah sebesar 0, 622 yang berarti 62,2% perubahan variabel kepuasan konsumen dijelaskan oleh perubahan variabel kualitas pelayanan sedangkan sisanya sebesar 37,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha pada Rumah Makan Incor Laru Tambangan Kecamatan Tambangan Kabupaten Mandailing Natal. Hal ini terbukti dari hasil analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil penelitian ini diperoleh hasil persamaan regresi linier sederhana yaitu Y= 14,303+ 0,668. Sedangkan hasil uji regresi linear sederhana melalui uji t, membuktikan bahwa variabel kualitas produk(X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha(Y). Dengan nilai t-hitung 12,443 lebih besar dari nilai t-tabel 1,664 (n=96, 5%) atau 12,443 > 1,664

DAFTAR PUSTAKA

Alfani, & Sulastini. (2020). *Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada minyak goreng kemasan CV Indo Sari Abadi*, 3.

Anggraeni, F. (2020). *Pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) melalui fasilitasi pihak eksternal dan potensi internal (Studi kasus pada kelompok usaha "Emping Jagung" di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang)*. Jurnal Administrasi Publik Mahasiswa Universitas Brawijaya, 1(6), 1286–1295.

Anoraga. (2017). *Pengantar bisnis: Pengelolaan bisnis dalam era globalisasi*. Rineka Cipta.

Ardhani, A. A. S. T. (2018). *Analisis faktor-faktor yang memengaruhi pertumbuhan usaha dengan pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan* (pp. 1–127).

Ariella, & Irfan, R. (2018). *Pengaruh kualitas produk, harga produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen Mazelnid*. Manajemen dan Start-Up Bisnis, 3(2).

Arijanto, A. (2020). *Etika bisnis bagi pelaku bisnis*. Rajawali Pers.

Halim, A. (2020). *Pengaruh pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi Kabupaten Mamuju*. Ilmiah Ekonomi Pembangunan, 1(2).

Kotler, & Keller. (2020). *Manajemen pemasaran* (Edisi 12 J). PT Indeks.

Maulidiyah, W., & Sudarwanto, T. (2021). *Pengaruh orientasi pasar dan kualitas produk terhadap kinerja pemasaran home industry kerudung Kabupaten Gresik*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 10(1), 1523–1529. https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1523-1529

Rangkuti, F. (2017). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus integrated marketing communication*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Sugiat, M., & Qinthara, W. K. (2021). *Pengaruh kualitas produk terhadap pengembangan usaha Seljiwa Coffee Bandung*. Ekonomi dan Bisnis, 11(0), 1–23.

Sugiyono. (2020). *Metode penelitian bisnis*. Alfabeta.

Suryana. (2020). *Kewirausahaan pedoman praktis: Kiat dan proses menuju sukses* (Edisi 3). Salemba Empat.

Tuluki, A. N. P., Soegoto, A. S., & Soepeno, D. (2023). *Pengaruh kinerja pemasaran dan kualitas produk terhadap perkembangan UMKM di Kelurahan Teling Atas pada masa pandemi Covid-19*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 11(3), 869–879. https://doi.org/10.35794/elmba.v11i3.49201