



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan UMKM Morfeen di Kota Malang

Yofianda Harwin Diara¹, Lina Budiarti², Fullchis Nurtjahjani³

Program Studi D-IV Manajemen Pemasaran, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang,
Kota Malang, Indonesia^{1,2,3}

*Email: harwindiara@gmail.com, linabudiarti@polinema.ac.id, fullchis@polinema.ac.id

Diterima: 10-08-2025 | Disetujui: 22-08-2025 | Diterbitkan: 24-08-2025

ABSTRACT

The creative industry has rapidly grown in recent years, including the t-shirt distro business in the fashion sector. UMKM Morfeen in Malang is one of the local brands that has survived in the competitive market. This study aims to analyze the impact of service quality and product diversity on customer satisfaction at UMKM Morfeen in Malang. This research adopted a quantitative approach with an explanatory research design. The sample was selected using purposive sampling through an online questionnaire distributed to 100 respondents. The data were analyzed using multiple linear regression and hypothesis testing. The results indicate that service quality and product diversity contribute 44.4% to customer satisfaction. Service quality in part, has a positive and significant effect on customer satisfaction. Product diversity in part, has a positive and significant effect on customer satisfaction. Furthermore, both service quality and product diversity simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction. It is recommended that UMKM Morfeen maintain service quality and ensure customer comfort, and to increase product variations in the most sought-after categories.

Keywords: Service Quality, Product Diversity, Customer Satisfaction.

ABSTRAK

Industri kreatif berkembang pesat, termasuk bisnis kaos distro di bidang fashion. UMKM Morfeen di Kota Malang merupakan salah satu brand lokal yang mampu bertahan dalam persaingan pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan UMKM Morfeen. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis explanatory research. Sampel diambil secara purposive sampling melalui kuesioner online kepada 100 responden. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan keragaman produk memberikan kontribusi sebesar 44,4% terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Keragaman produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian, kualitas pelayanan dan keragaman produk secara simultan keduanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. UMKM Morfeen disarankan untuk mempertahankan kualitas pelayanan serta memastikan kenyamanan bagi pelanggan dan meningkatkan variasi produk dalam kategori yang paling banyak dicari.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, Kepuasan Pelanggan.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Yofianda Harwin Diara, Lina Budiarti, Lina Budiarti, & Fullchis Nurtjahjani. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan UMKM Morfeen di Kota Malang. Indonesia Economic Journal, 1(2), 1145-1155. <https://doi.org/10.63822/404dg576>

PENDAHULUAN

Industri kreatif telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, termasuk di dalamnya bisnis kaos *distro* yang bergerak di bidang *fashion*. Peluang bisnis kaos *distro* tidak harus terbatas pada produk kaos saja. Bisnis kaos *distro* dapat dengan mudah memperluas lini produk mereka ke produk *fashion* lain seperti *hoodie*, jaket, topi, atau bahkan aksesoris seperti tas dan kaos kaki. Diversifikasi ini tidak hanya meningkatkan potensi pendapatan, tetapi juga memperkuat identitas merek dan memberikan lebih banyak pilihan bagi pelanggan (ukmindonesia.id, 2024).

Kaos *distro* menawarkan solusi bagi mereka yang mencari pakaian unik dan orisinal. Sebagai salah satu sektor usaha yang berfokus pada penyediaan pakaian dengan desain unik dan identitas kuat, produk *brand distro* lokal menjadi pilihan favorit di kalangan anak muda. Dikutip dari Wolipop (2024), melalui riset yang dilakukan sepanjang bulan September 2024, tercatat bahwa 90% responden telah belanja produk dari brand lokal dalam tiga bulan terakhir. Pada saat bersamaan, 70% responden yang sebagian besar berasal dari kalangan *Gen Z* dan *Millennial* (usia 21 - 40 tahun) secara aktif mencari brand lokal ketika berbelanja. *Fashion* menjadi kategori paling populer, lantaran dicari oleh 90% responden. Peringkat kedua diduduki produk kecantikan seperti *skincare* dan *makeup*, diikuti produk alas kaki, masing-masing 60% dan 50% responden. Fenomena ini menjadikan bisnis *distro* sebagai salah satu sektor usaha yang terus bertumbuh, terutama di kota-kota besar dan kawasan urban seperti Kota Malang.

Seiring berkembangnya produk-produk lokal yang semakin berkualitas, kepuasan pelanggan juga menjadi fokus penting bagi keberlangsungan suatu usaha seperti bisnis *distro*. Pelanggan yang puas tidak hanya akan kembali berbelanja, tetapi juga berpotensi merekomendasikan produk yang telah ia beli kepada orang lain. Menurut Tjiptono (2014) menyatakan bahwa, “kepuasan pelanggan adalah perasaan pelanggan yang timbul akibat evaluasi mereka terhadap perbandingan antara harapan mereka dengan kinerja atau hasil yang diterima.”

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh bisnis *distro* kepada pelanggan memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang memuaskan. Kualitas pelayanan tidak hanya mencakup interaksi langsung antara karyawan dan pelanggan, tetapi juga menyangkut keseluruhan pengalaman belanja yang dirasakan oleh pelanggan, baik dari awal masuk toko hingga transaksi selesai. Pelayanan yang berkualitas mampu menciptakan kepuasan pelanggan karena menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya fokus pada penjualan, tetapi juga kenyamanan dan kebutuhan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa, “kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik suatu produk atau layanan yang mempengaruhi kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang diharapkan.” Indikator kualitas pelayanan yaitu: keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan dan kepastian (*assurance*), empati (*emphaty*), dan berwujud (*tangibles*). Pada penelitian yang dilakukan oleh Artawan *et al* (2022), Yulianti *et al.* (2023), Azzahra & Priyono (2023), mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah keragaman produk. Keragaman produk merupakan salah satu strategi pemasaran yang digunakan untuk memenuhi semua kebutuhan yang konsumen harapkan dengan tujuan untuk membuat konsumen tertarik dan meningkatkan kepuasan. Menurut Kotler dan Armstrong (2018), “keragaman produk adalah terdiri dari semua lini produk dan item yang ditawarkan penjual tertentu untuk dijual, dan alasan perusahaan memperluas lini produknya adalah memuaskan pelanggan.” Indikator keragaman produk meliputi: lebar bauran produk, panjang bauran produk, kedalaman bauran produk, konsistensi bauran produk. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Tan dan Saputra (2021), Murniati *et al.* (2024) menyatakan bahwa keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Salah satu *brand* lokal yang bertahan hingga saat ini dari persaingan pasar adalah Morfeen. Morfeen adalah nama sebuah UMKM bisnis *clothing line* yang berbasis pada industri kreatif atau sering disebut *distro* (*distributor store*) yang terbentuk pada pertengahan tahun 2013 di Kota Malang. UMKM Morfeen

menawarkan layanan *after sales* berupa kemudahan menukar barang jika ditemukan cacat produksi, salah ukuran atau dirasa kurang sesuai sesampainya pelanggan di rumah. Pelayanan yang diberikan oleh karyawan UMKM Morfeen juga menjadi salah satu keunggulan. Mereka melayani semua pelanggan dengan ramah dan tanpa diskriminasi, menciptakan suasana belanja yang nyaman dan aman. Tata letak produk UMKM Morfeen yang sesuai kategori juga merupakan bentuk pelayanan karyawan dalam memudahkan pelanggan memilih barang. *Distro* yang mampu menawarkan nilai lebih kepada pelanggan, layanan personalisasi, atau pengalaman belanja yang nyaman, memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang. UMKM Morfeen menunjukkan komitmen terhadap kualitas pelayanan melalui berbagai aspek yang langsung dirasakan oleh pelanggan. Salah satu layanan menarik yang juga disediakan oleh UMKM Morfeen adalah pelanggan dapat dengan mudah menghubungi karyawan UMKM Morfeen melalui pesan *WhatsApp* untuk menanyakan stok atau meminta mengamankan produk yang akan dibeli pelanggan sebelum mereka datang ke toko fisik, dengan begitu pelanggan tidak perlu takut kehabisan stok barang yang akan mereka beli.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan UMKM Morfeen di Kota Malang.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2016) kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik suatu produk atau layanan yang mempengaruhi kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang diharapkan. Menurut Kasmir (2017) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau sesama karyawan.

Keragaman Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2018) mengemukakan bahwa keragaman produk adalah terdiri dari semua lini produk dan item yang ditawarkan penjual tertentu untuk dijual, dan alasan perusahaan memperluas lini produknya adalah untuk memuaskan pelanggan. Sedangkan menurut Indrasari (2019) keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Hubungan antara keragaman produk dan perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian sangat erat kaitannya pada kelangsungan penjualan suatu perusahaan. Ketertarikan konsumen terhadap produk yang bervariasi akan sangat mempengaruhi volume penjualan. Variasi produk adalah pengembangan dari suatu produk sehingga menghasilkan bermacam-macam pilihan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2014) kepuasan pelanggan adalah perasaan pelanggan yang timbul akibat evaluasi mereka terhadap perbandingan antara harapan mereka dengan kinerja atau hasil yang diterima. Sedangkan menurut Indrasari (2019) menyatakan bahwa konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali di kemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*explanatory*

research) dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Hardani *et al.*, (2020), *explanatory research* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya. Pada penelitian *explanatory*, hipotesis yang dirumuskan akan diuji untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian. Menurut Hardani *et al.*, (2020), Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dimaksud untuk mengungkapkan gejala secara holistik-kontekstual melalui pengumpulan data dari latar alami dengan memanfaatkan diri peneliti sebagai instrumen kunci. Penelitian kuantitatif bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis pendekatan induktif. Proses dan makna (perspektif subyek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Penelitian kuantitatif lebih menonjol disusun dalam bentuk narasi yang bersifat kreatif dan mendalam serta menunjukkan ciri-ciri naturalistik yang penuh dengan nilai-nilai otentik. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menitikberatkan pada pengukuran dan analisis hubungan sebab-akibat antara bermacam-macam variabel, bukan prosesnya, penyelidikan dipandang berada dalam kerangka bebas nilai. Pendekatan kuantitatif dipakai untuk mengungkapkan atau menjawab tentang pengaruh kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan UMKM Morfeen di Kota Malang.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah melakukan pembelian di toko fisik UMKM Morfeen Kota Malang minimal dua kali.

Menurut Sugiyono (2019) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jadi dapat disimpulkan sampel adalah bagian dari populasi yang nantinya akan diteliti, sampel sendiri dianggap sebagai perwakilan dari populasi yang kemudian hasilnya akan mewakili seluruh kondisi yang sedang diamati. Untuk menghitung jumlah sampel yang dibutuhkan, peneliti menggunakan rumus Slovin. Menurut Pasaribu *et al.* (2023) rumus Slovin merupakan salah satu cara untuk menentukan berapa jumlah sampel yang diperlukan dalam suatu penelitian yang bertujuan menguji parameter populasi. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin, jumlah populasi yang sudah diketahui adalah 498 pelanggan, maka dapat diperoleh jumlah sampel minimal dalam penelitian ini sebanyak 100 orang responden dari UMKM Morfeen.

Data dalam penelitian ini bersumber pada dua jenis sumber data, yakni data primer dan data sekunder. Menurut Hardani *et al.* (2020) "Data primer dalam suatu penelitian diperoleh langsung dari sumbernya dengan melakukan pengukuran, menghitung sendiri dalam bentuk angket, observasi, wawancara dan lain-lain." Data primer dalam penelitian ini berasal dari kuesioner yang disebarkan dengan menggunakan *Google form* untuk mengumpulkan jawaban dari responden yang dikirim melalui *WhatsApp* ke responden langsung. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari orang lain, kantor yang berupa laporan, profil, buku pedoman, atau pustaka (Hardani *et al.*, 2020). Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan diperoleh dari sumber literatur, buku-buku, jurnal, dan penelitian terdahulu yang membahas tentang variabel serupa.

Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan beberapa metode, yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi, serta uji hipotesis yang diolah menggunakan *software IBM SPSS Statistics 25*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden. Maka $df = 100 - 2 = 98$ dan $\alpha = 5\%$ (0,05), maka didapat r tabel sebesar 0,1966. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semua item pernyataan dari variabel kualitas pelayanan, keragaman produk, dan

kepuasan pelanggan adalah valid. Hal tersebut dapat dibuktikan bahwa seluruh item pernyataan pada masing-masing variabel memiliki r hitung $> r$ tabel (0,1966) dan dengan taraf signifikan $< 0,05$.

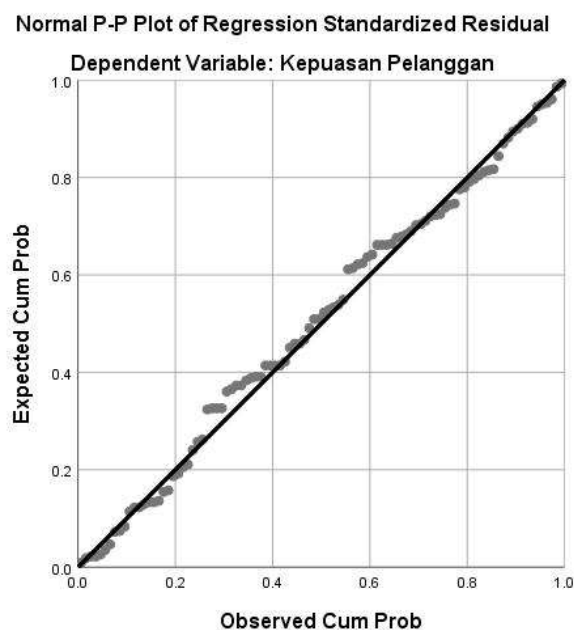
Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai *Cronbach's Alpha* dengan tingkat/taraf yang digunakan. Suatu instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Berdasarkan hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk masing-masing variabel diperoleh nilai $> 0,60$, sehingga instrumen dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018), pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/ atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka modal regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 1. Uji Normalitas

Sumber: Data diolah SPSS (2025)

Berdasarkan gambar grafik normal P-P plot dapat dilihat bahwa titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal atau searah dengan garis diagonal. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa data terdistribusi normal dan asumsi terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018) menyatakan bahwa uji multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolineritas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai umumnya dipakai untuk menunjukkan adanya multikolineritas adalah nilai *tolerance* $> 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF < 10$.

Tabel 1. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity		Keterangan
	Tolerance	VIF	
(Constant)			
Kualitas Pelayanan (X1)	0,719	1,391	Bebas gejala multikolinearitas.
Keragaman Produk (X2)	0,719	1,391	Bebas gejala multikolinearitas.

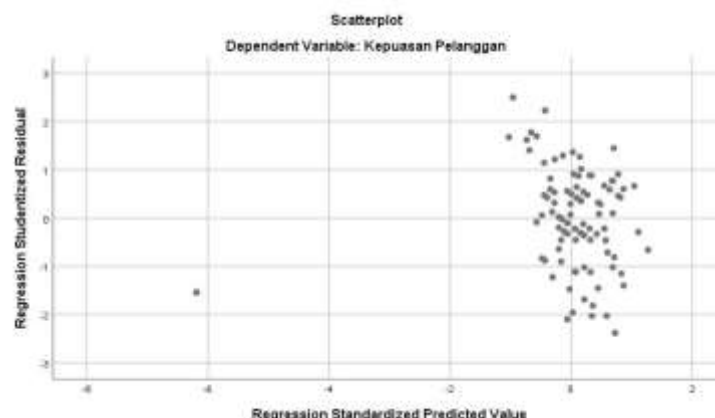
Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* dari variabel kualitas pelayanan dan keragaman produk adalah $0,719 > 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF 1,391 < 10$ maka data tersebut dapat dikatakan tidak terjadi multikolineritas.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137) “Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.” Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas menurut Ghozali (2021:178) sebagai berikut:

1. Apabila terdapat pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Apabila tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah SPSS (2025)

Berdasarkan gambar grafik *scatterplot* di atas terlihat bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y sehingga tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas dan asumsi terpenuhi

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	5,880	3,964
Kualitas Pelayanan (X1)	0,364	0,095
Keragaman Produk (X2)	0,576	0,118

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel di atas maka persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 5,880 + 0,364X_1 + 0,576X_2 + e$$

Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta (a) = 5,880 artinya jika variabel kualitas pelayanan dan keragaman produk sama dengan 0 maka nilai konstanta dari variabel kepuasan pelanggan adalah 5,880.
2. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,364 bernilai positif. Artinya variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Apabila terjadi penambahan 1 satuan pada variabel kualitas pelayanan dan variabel yang lain bernilai 0 (nol), maka kepuasan pelanggan UMKM Morfeen akan mengalami peningkatan sebesar 0,364. Dengan demikian, semakin naik kualitas pelayanan, maka semakin meningkat kepuasan pelanggan.
3. Nilai koefisien regresi variabel keragaman produk sebesar 0,576 bernilai positif. Artinya variabel keragaman produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Apabila terjadi penambahan 1 satuan pada variabel kualitas pelayanan dan variabel yang lain bernilai 0 (nol), maka kepuasan pelanggan UMKM Morfeen akan mengalami peningkatan sebesar 0,576. Dengan demikian, semakin naik keragaman produk, maka semakin meningkat kepuasan pelanggan.

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 3. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,675	0,456	0,444	4,543

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel tersebut maka diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,444 atau 44,4%. Hal tersebut menunjukkan bahwa kontribusi variabel kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 44,4%, sedangkan sisanya sebesar 55,6% (100% - 44,4%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Uji t (Parsial)

Tabel 4. Hasil Uji t

Model	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	3,815	1,984	0,000	Berpengaruh signifikan
Keragaman Produk (X2)	4,896	1,984	0,000	Berpengaruh signifikan

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel di atas, maka hasil uji t untuk hipotesa parsial dari variabel X1 dan X2 adalah sebagai berikut:

1. H1: Variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan. Berdasarkan nilai pada kolom t dan sig, dapat dilihat bahwa nilai t hitung $3,815 > t$ tabel 1,984 dan sig $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H1 diterima. Dengan demikian variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan UMKM Morfeen di Kota Malang.
2. H2: Variabel keragaman produk berpengaruh secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan. Berdasarkan nilai pada kolom t dan sig, dapat dilihat bahwa nilai t hitung $4,896 > t$ tabel 1,984 dan sig $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H2 diterima. Dengan demikian, variabel keragaman produk secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan UMKM Morfeen di Kota Malang.

Uji F (Simultan)

Tabel 5. Hasil Uji F

F Hitung	F Tabel	Sig.	Tingkat Signifikansi	Keterangan
40,586	3,09	0,000	0,05	Berpengaruh signifikan.

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan pada tabel tersebut, maka hasil uji F untuk hipotesa simultan H3 variabel X1 dan X2 adalah sebagai berikut:

H3: Variabel kualitas pelayanan dan keragaman produk secara simultan bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan pada kolom F dan sig, dapat dilihat bahwa nilai F hitung $40,586 > F$ tabel 3,09 dan sig $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H3 diterima. Dengan demikian, variabel kualitas pelayanan dan keragaman produk secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan UMKM Morfeen di Kota Malang.

KESIMPULAN

1. Variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif dan signifikan dengan nilai secara keseluruhan berada dalam kategori “sangat tinggi”, artinya jika kualitas pelayanan ditingkatkan maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.
2. Variabel keragaman produk memberikan pengaruh positif dan signifikan dengan nilai secara keseluruhan dalam kategori “tinggi”, artinya jika keragaman produk ditingkatkan maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.
3. Variabel kualitas pelayanan dan keragaman produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, artinya jika kualitas pelayanan dan keragaman produk secara bersama-sama ditingkatkan maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

SARAN

Sebagai upaya untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, maka diperlukan strategi yang baik. Sesuai dengan hasil penelitian ini, menyarankan kepada UMKM Morfeen dalam memastikan bahwa staf selalu dilatih mengenai detail produk, fitur produk, serta cara menjelaskan kelebihan dan kekurangan produk dengan jelas. Pelayanan yang informatif dan tidak terkesan "jual produk" akan memberikan keyakinan lebih pada pelanggan. Selain itu, menjaga kebersihan di area toko secara keseluruhan, serta memastikan kenyamanan bagi pelanggan bisa menjadi faktor penentu dalam menciptakan kesan yang lebih baik. UMKM Morfeen juga bisa menambahkan dekorasi sederhana namun modern. UMKM Morfeen juga disarankan untuk meningkatkan variasi produk dalam kategori yang paling banyak dicari, misalnya dengan memperkenalkan lebih banyak model, ukuran, warna, atau desain pakaian yang lebih beragam. Hal ini bisa memberikan kedalaman pada bauran produk dan menjangkau segmentasi pasar yang lebih luas. Selanjutnya, pastikan bahwa produk yang sering dibeli selalu ada stoknya di toko, dengan mengetahui produk yang cepat habis dan perlu segera diproduksi ulang atau dipesan akan mengurangi kemungkinan produk populer kehabisan stok. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambah indikator lain dan hendaknya memperluas sampel.

DAFTAR PUSTAKA

- Artawan *et al.* 2022. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Apotek Indra Denpasar*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mahasaraswati Denpasar Vol.3 No.3 e-ISSN: 2721-6810.
- Azzahra & Priyono. 2023. *Informasi KRL Access dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan KRL Commuter Line di Jabodetabek*. *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship* Vol.5 No.2.
- Choirunisa *et al.* 2023. *Pengaruh Kenyamanan, Kualitas Pelayanan, dan Keragaman Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Indometro Surya Andola Kota Metro*. Jurnal Manajemen Disersifikasi Vol.3 No.1.
- Damayanti *et al.* 2023. *Pengaruh Kemasan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc di Bandar Lampung*. *Economics and Digital Business Review* Vol. 4 Issue 2 ISSN: 2774-2563.
- Fauzi, F., Dencik, A. B., & Asiati, D.I. (2019). *Metodologi Penelitian Untuk Manajemen Dan Akuntansi*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hardani., N.H.A., Helmina.A., Roushandy,A.F., Jumari,U., Evi,F.U., Dhika,J.S., & Ria,R.I. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kasmir. 2017. *Customer Services Excellent Teori dan Praktik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management, 15th Edition*, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip, Armstrong, Gary., & Opresnik, March Oliver. 2018. *Principles of Marketing 17th Edition*. United Kingdom: Pearson Educational Limited.
- Lesmana, N *et al.* (2022). *Manajemen Pemasaran*. Depok: Strategy Cita Semesta.
- Marginingsih, R., Susilowati, I., & Widiyanti, W. 2020. *Analisis Tingkat Kepuasan Masyarakat Melalui Pelayanan Informasi Pada Aplikasi KRL Acces*. Jurnal Ecodemica, 4.
- Murniati *et al.* 2024. *The Influence of Product Diversity and Service Quality on Consumer Satisfaction at the Citra Cosmetic Store in Gowa Regency*. *International Journal of Economic Research and Financial Accounting (IJERFA)* Vol.2 No.3 E-ISSN: 2964-1977.

- Pasaribu, D *et al.* 2023. *Metodologi Penelitian Akuntansi dan Manajemen Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Sari, M. D. 2019. *Perilaku Konsumen*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan)*. Alfabeta, Bandung.
- Tan & Saputra. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk dan Keragaman Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. LKD Multi Industri di Kota Batam*. Jurnal Program Studi Manajemen.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi: Yogyakarta.
- Yulianti & Baehaqi. 2023. *Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Pelanggan di Pusaka Indah Swalayan*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akutansi 5(1).
- Wolipop. 2024. *“Brand Fashion Lokal Kian Populer di Kalangan Gen Z, Masih Hadapi Tantangan Ini”*. <https://wolipop.detik.com/fashion-news/d-7579847/brand-fashion-lokal-kian-populer-di-kalangan-gen-z-masih-hadapi-tantangan-ini>. (Diakses pada 15 Januari 2025)
- Ukmindonesia.id. 2024. *“Diminati Kawula Muda, Peluang Bisnis Kaos Distro yang Menjanjikan”*. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/diminati-kawula-muda-peluang-bisnis-kaos-distro-yang-menjanjikan>. (Diakses pada 15 Januari 2025)