

Kualitas Produk dan Keragaman Produk Sebagai Determinan Kepuasan Konsumen

Dede Abdurahman¹⁾, Dana²⁾, Asep Sulaeman³⁾, Dede Solihin⁴⁾

^{1,2,3,4} Universitas Pamulang, Indonesia

Email: dosen02483@unpam.ac.id¹, dosen02224@unpam.ac.id² dosen00982@unpam.ac.id³
dosen02447@unpam.ac.id⁴

Abstract: *This study is motivated by the importance of product quality and product variety in creating customer satisfaction in retail businesses. Toko Yan Curug, as a store serving consumers' daily needs, needs to understand the factors that can improve customer satisfaction in order to maintain loyalty and business competitiveness. The purpose of this study is to analyze the role of product quality and product variety as determinants of customer satisfaction at Toko Yan Curug. The research method used is a quantitative approach with a survey technique through questionnaires distributed to 100 respondents who are customers of Toko Yan Curug. The sampling technique applied is accidental sampling, while data analysis is conducted through validity testing, reliability testing, multiple linear regression, and hypothesis testing. The results indicate that product quality and product variety play a positive role in shaping customer satisfaction, both partially and simultaneously. These findings confirm that customers tend to feel more satisfied when the available products have good quality and diverse choices that meet their needs.*

Abstrak : *Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya kualitas produk dan keragaman produk dalam menciptakan kepuasan konsumen pada usaha ritel. Toko Yan Curug sebagai salah satu toko yang melayani kebutuhan konsumen sehari-hari perlu memahami faktor-faktor yang mampu meningkatkan kepuasan pelanggan agar dapat mempertahankan loyalitas dan daya saing usaha. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis peran kualitas produk dan keragaman produk sebagai determinan kepuasan konsumen pada Toko Yan Curug. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik survei menggunakan kuesioner kepada 100 responden yang merupakan konsumen Toko Yan Curug. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling, sedangkan analisis data dilakukan melalui uji validitas, reliabilitas, regresi linear berganda, dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan keragaman produk memiliki peran positif dalam membentuk kepuasan konsumen, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini menegaskan bahwa konsumen cenderung merasa lebih puas ketika produk yang tersedia memiliki mutu yang baik serta pilihan yang beragam sesuai kebutuhan..*

Keywords : *Kualitas Produk; Keragaman Produk; Kepuasan Konsumen*

PENDAHULUAN

Di era persaingan bisnis ritel yang semakin kompetitif, kepuasan konsumen menjadi salah satu indikator utama keberhasilan usaha dalam mempertahankan pelanggan dan meningkatkan keberlanjutan bisnis (Ratna Sari & Heryenzus, 2023). Konsumen saat ini tidak hanya menilai sebuah toko berdasarkan harga, tetapi juga dari kualitas barang yang tersedia serta kelengkapan variasi produk yang ditawarkan.

Pengelolaan kualitas produk dan keragaman produk yang kurang optimal seringkali menjadi penyebab menurunnya minat beli ulang serta kepuasan pelanggan pada usaha ritel (Juvianti & Purba, 2023). Dalam perspektif manajemen pemasaran, kepuasan konsumen mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam memenuhi atau melampaui harapan pelanggan melalui nilai produk yang diberikan (Apiatno, 2025).

Kepuasan konsumen merupakan determinan penting dalam keberhasilan usaha karena berkaitan langsung dengan loyalitas, rekomendasi dari mulut ke mulut, dan keberlanjutan penjualan (Mahendra et al., 2023). Dalam perspektif perilaku konsumen, kepuasan muncul ketika konsumen merasakan bahwa produk yang diterima sesuai dengan kebutuhan, preferensi, dan harapan mereka. Namun, dalam praktiknya masih banyak usaha ritel menghadapi permasalahan seperti kualitas barang yang tidak konsisten, keterbatasan pilihan produk, serta ketidaksesuaian stok dengan kebutuhan pelanggan (Diantika, 2022). Kondisi ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen masih menjadi isu strategis yang memerlukan perhatian serius, terutama pada toko yang melayani kebutuhan sehari-hari masyarakat. Jika tidak dikelola dengan baik, kondisi tersebut dapat menurunkan minat pembelian ulang dan melemahkan daya saing usaha secara berkelanjutan (Firdausia, 2024).

Kualitas produk mencerminkan kemampuan suatu barang dalam menjalankan fungsi sesuai kebutuhan konsumen (Anggoro, 2023). Produk yang memiliki mutu baik, daya tahan sesuai harapan, dan kondisi layak pakai akan memberikan pengalaman positif bagi pelanggan sehingga meningkatkan kepuasan setelah pembelian. Berbagai penelitian terdahulu mengonfirmasi bahwa kualitas produk memiliki hubungan yang kuat dengan kepuasan konsumen pada berbagai jenis usaha (Irsanni & Suhardi, 2023). Dengan demikian, kualitas produk dapat dipandang sebagai nilai inti yang menentukan persepsi konsumen terhadap toko.

Di sisi lain, keragaman produk merupakan faktor yang tidak kalah penting dalam membentuk kepuasan konsumen (C.H. et al., 2022). Keragaman produk mencakup kelengkapan jenis barang, variasi merek, ukuran, model, dan pilihan produk yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan secara lebih luas. Kondisi produk yang beragam terbukti mampu meningkatkan kenyamanan konsumen karena mereka dapat memenuhi berbagai kebutuhan dalam satu lokasi belanja (Shafarina & Sari, 2024). Bahkan, keterbatasan variasi produk dapat menjadi alasan konsumen berpindah ke toko lain yang menawarkan pilihan lebih lengkap (Wijaya & Siswahyudianto, 2022).

Meskipun penelitian mengenai kualitas produk dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen telah banyak dilakukan, masih terdapat kesenjangan hasil penelitian yang menunjukkan perlunya pengujian lebih lanjut. Beberapa penelitian menyatakan bahwa kualitas produk menjadi faktor yang lebih dominan dalam meningkatkan kepuasan konsumen (Apiatno, 2025), sementara penelitian lain menunjukkan bahwa keragaman produk justru memiliki peran yang lebih kuat karena konsumen lebih mempertimbangkan kelengkapan pilihan barang saat berbelanja (Diantika, 2022). Di sisi lain,

terdapat penelitian yang menemukan bahwa kedua variabel tersebut memberikan kontribusi yang sama kuat terhadap kepuasan konsumen (Mahendra et al., 2023). Perbedaan hasil tersebut menunjukkan belum adanya konsistensi temuan empiris mengenai variabel mana yang paling menentukan kepuasan konsumen, sehingga diperlukan penelitian lanjutan pada Toko Yan Curug untuk memperoleh bukti empiris yang lebih spesifik sesuai karakteristik konsumen dan jenis produk yang dijual.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut: Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Yan Curug? Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Yan Curug? Apakah kualitas produk dan keragaman produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Yan Curug ?.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis kualitas produk dan keragaman produk sebagai determinan kepuasan konsumen pada Toko Yan Curug. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan menguji hubungan antarvariabel secara objektif berdasarkan data numerik yang diperoleh dari responden. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian di Toko Yan Curug. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling, yaitu responden yang secara kebetulan datang berbelanja dan bersedia mengisi kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden, yang dinilai telah memadai untuk mewakili karakteristik konsumen dalam penelitian ini.

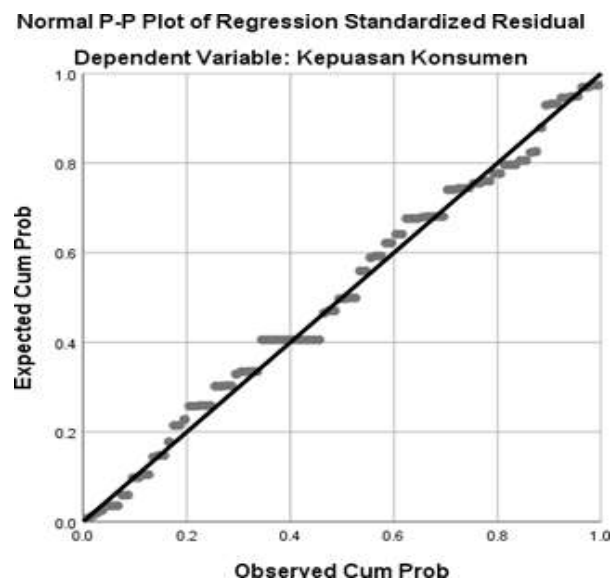
Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Variabel kualitas produk diukur melalui indikator kinerja, keandalan, dan kesesuaian produk dengan harapan konsumen, sedangkan keragaman produk diukur berdasarkan variasi jenis, merek, ukuran, dan kelengkapan produk. Kepuasan konsumen diukur melalui tingkat kesesuaian harapan, perasaan puas setelah pembelian, dan keinginan melakukan pembelian ulang. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi untuk mengetahui kontribusi masing-masing variabel independen terhadap kepuasan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penleiti yang didasarkan pada tabel 1, seluruh item pada variabel Kualitas Produk, Keragaman Produk, dan Kepuasan Konsumen memiliki nilai r hitung $>$ r tabel (0,1966) sehingga dinyatakan valid. Selain itu, nilai Cronbach Alpha seluruh variabel juga lebih besar dari 0,600, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Butir	r hitung	r tabel	Keputusan	Cronbach Alpha	Keputusan
Kualitas Produk (X1)	P1	0,692	0,1966	Valid	0,912	Reliabel
	P2	0,810	0,1966	Valid		
	P3	0,497	0,1966	Valid		
	P4	0,649	0,1966	Valid		
	P5	0,833	0,1966	Valid		
	P6	0,829	0,1966	Valid		
	P7	0,715	0,1966	Valid		
	P8	0,712	0,1966	Valid		
	P9	0,680	0,1966	Valid		
	P10	0,772	0,1966	Valid		
	P11	0,733	0,1966	Valid		
	P12	0,731	0,1966	Valid		
Keragaman Produk (X2)	P1	0,748	0,1966	Valid	0,864	Reliabel
	P2	0,753	0,1966	Valid		
	P3	0,586	0,1966	Valid		
	P4	0,725	0,1966	Valid		
	P5	0,831	0,1966	Valid		
	P6	0,703	0,1966	Valid		
	P7	0,754	0,1966	Valid		
	P8	0,751	0,1966	Valid		
Kepuasan Konsumen (Y)	P1	0,731	0,1966	Valid	0,916	Reliabel
	P2	0,801	0,1966	Valid		
	P3	0,554	0,1966	Valid		
	P4	0,848	0,1966	Valid		



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

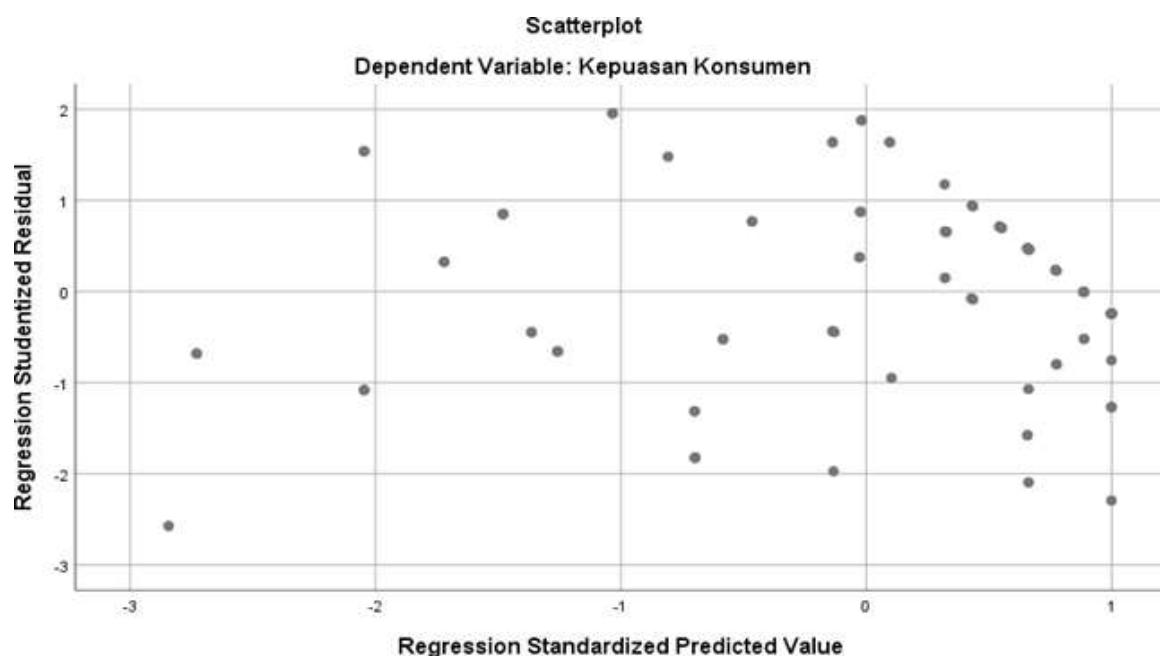
Berdasarkan gambar tersebut, grafik normal probability plot memperlihatkan distribusi data yang mengikuti pola normal. Hal ini ditunjukkan oleh posisi titik-titik yang berada di sekitar garis diagonal serta arah penyebarannya yang cenderung mengikuti garis tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.490	2.062		2.177	.032		
Kualitas Produk	.457	.050	.553	9.191	.000	.530	1.887
Keragaman Produk	.465	.065	.428	7.107	.000	.530	1.887

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan Tabel 2, variabel Kualitas Produk dan Keragaman Produk memiliki nilai Tolerance $0,530 > 0,10$ dan VIF $1,887 < 10$, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala multikolinieritas. Dengan demikian, kedua variabel independen layak digunakan dalam analisis regresi.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedasitas

Berdasarkan grafik scatterplot, titik-titik terlihat menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Kondisi ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model tersebut layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 3. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1 (Constant)	4.490	2.062		2.177	.032
Kualitas Produk	.457	.050	.553	9.191	.000
Keragaman Produk	.465	.065	.428	7.107	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program SPSS, diperoleh persamaan regresi linear berganda yaitu $Y = 4,490 + 0,457X_1 + 0,465X_2$. Nilai konstanta sebesar 4,490 menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas produk dan keragaman produk dianggap konstan, maka kepuasan konsumen berada pada nilai tersebut. Koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,457 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan kualitas produk, dengan asumsi variabel lain tetap, akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,457. Sementara itu, koefisien regresi keragaman produk sebesar 0,465 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan keragaman produk, dengan kondisi variabel lain konstan, akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,465.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.902 ^a	.814	.810	1.96956	1.842

a. Predictors: (Constant), Keragaman Produk, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan Tabel 4, diperoleh nilai R Square sebesar 0,814, yang menunjukkan bahwa 81,4% variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan keragaman produk. Sementara itu, sisanya sebesar 18,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Nilai ini menunjukkan bahwa kemampuan model dalam menjelaskan perubahan kepuasan konsumen tergolong sangat kuat.

Tabel 5. Uji T Parsial
Coefficients^a

Model	B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1 (Constant)	4.490	2.062		2.177	.032
Kualitas Produk	.457	.050	.553	9.191	.000
Keragaman Produk	.465	.065	.428	7.107	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan Tabel 5, variabel Kualitas Produk memiliki nilai t hitung sebesar 9,191 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel Keragaman Produk juga menunjukkan nilai t hitung sebesar 7,107 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, secara parsial kedua variabel independen terbukti memiliki kontribusi nyata dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Tabel 6. Uji F Simultan
ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1643.722	2	821.861	211.866	.000 ^b
	Residual	376.278	97	3.879		
	Total	2020.000	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Keragaman Produk, Kualitas Produk

Berdasarkan Tabel 6, diperoleh nilai F hitung sebesar 211,866 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan keragaman produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen secara bersama-sama mampu menjelaskan perubahan kepuasan konsumen pada Toko Yan Curug.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Yan Curug. Temuan ini memiliki makna bahwa semakin baik kualitas produk yang diterima konsumen, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang mereka rasakan. Kualitas produk yang baik tercermin dari kondisi barang yang layak, daya tahan sesuai harapan, serta kesesuaian fungsi produk dengan kebutuhan konsumen. Dalam usaha ritel, kualitas produk menjadi faktor utama karena konsumen sangat sensitif terhadap mutu barang yang dibeli, terutama untuk kebutuhan sehari-hari. Ketika produk yang diterima sesuai dengan harapan, konsumen akan merasa puas dan cenderung melakukan pembelian ulang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Apiatno (2025) yang menemukan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada produk dodol CV. Chandra Wulan. Temuan serupa juga didukung oleh Anggoro (2023) yang menyatakan bahwa kualitas produk berperan signifikan dalam meningkatkan kepuasan konsumen produk genteng. Selain itu, Irsanni dan Suhardi (2023) juga menegaskan bahwa kualitas produk merupakan faktor penting dalam membangun kepuasan konsumen pada produk fashion. Kesamaan hasil ini memperkuat bahwa kualitas produk merupakan determinan utama dalam pembentukan kepuasan konsumen.

Pengaruh Keragaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Yan Curug. Makna dari temuan ini adalah semakin lengkap variasi produk yang tersedia, maka semakin besar kemungkinan konsumen merasa kebutuhan mereka dapat terpenuhi dalam satu tempat. Keragaman produk memberikan keleluasaan bagi konsumen untuk memilih jenis, merek, ukuran, maupun model produk sesuai preferensi masing-masing. Pada usaha ritel, kelengkapan variasi produk menjadi daya tarik tersendiri karena mampu meningkatkan kenyamanan dan efisiensi konsumen saat berbelanja. Temuan ini sejalan dengan penelitian Diantika (2022) yang menyatakan bahwa keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hikmah Mart Jajar Wates. Hasil serupa juga didukung oleh Firdausia (2024) yang menemukan bahwa semakin beragam produk yang tersedia, semakin tinggi kepuasan konsumen pada Café Ayah Bunda. Penelitian Shafarina dan Sari (2024) juga menegaskan bahwa keragaman produk menjadi salah satu faktor penting yang membentuk kepuasan konsumen dalam aktivitas pembelian. Dengan demikian, hasil penelitian ini semakin memperkuat pentingnya kelengkapan variasi produk pada usaha ritel.

Pengaruh Kualitas Produk dan Keragaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan keragaman produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Yan Curug. Temuan ini bermakna bahwa kepuasan konsumen tidak hanya dibentuk oleh kualitas barang semata, tetapi juga oleh kelengkapan variasi produk yang tersedia. Konsumen akan merasa lebih puas ketika memperoleh produk yang berkualitas baik sekaligus memiliki banyak pilihan sesuai kebutuhan. Kombinasi kedua variabel tersebut menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman, efisien, dan sesuai harapan konsumen sehingga memperkuat kepuasan secara keseluruhan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Mahendra et al. (2023) yang menemukan bahwa kualitas produk dan keragaman produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko pakaian. Temuan serupa juga diperoleh Ratna Sari dan Heryenzus (2023) yang menegaskan bahwa kedua variabel tersebut menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada department store. Selain itu, Juvianti dan Purba (2023) juga menunjukkan bahwa kualitas produk dan keragaman produk secara simultan memberikan kontribusi signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini memperkuat bahwa kualitas produk dan keragaman produk merupakan kombinasi strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kualitas produk dan keragaman produk sebagai determinan kepuasan konsumen pada Toko Yan Curug, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen. Produk yang sesuai harapan, memiliki kondisi baik, dan layak digunakan mampu meningkatkan pengalaman belanja konsumen secara positif. Keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin lengkap variasi jenis, merek, dan ukuran produk yang tersedia, maka semakin besar peluang konsumen merasa kebutuhan mereka terpenuhi, sehingga kepuasan meningkat. Kualitas produk dan keragaman produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya, kepuasan konsumen pada Toko Yan Curug terbentuk melalui kombinasi mutu produk yang baik dan kelengkapan pilihan barang yang tersedia dalam satu tempat. Keterbatasan penelitian ini terletak pada jumlah responden yang hanya sebanyak 100 orang dan ruang lingkup penelitian yang hanya dilakukan pada satu objek, yaitu Toko Yan Curug, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasi secara luas pada seluruh usaha ritel. Selain itu, penelitian ini hanya menggunakan dua variabel independen, sementara masih terdapat faktor lain yang mungkin memengaruhi kepuasan konsumen seperti harga, kualitas pelayanan, dan lokasi toko. Saran penelitian bagi pengelola Toko Yan Curug adalah tetap menjaga kualitas produk secara konsisten serta menambah variasi produk sesuai kebutuhan konsumen agar tingkat kepuasan dapat terus meningkat. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan menambahkan variabel lain yang relevan serta memperluas objek penelitian pada beberapa toko ritel agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhita, Y. J., Basith, A., & Sarma, M. (2025). Pengaruh kualitas produk dan kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen di Cyrano Café. *Jurnal Manajemen Pembangunan Daerah*, 18(1). https://doi.org/10.29244/jurnal_mpd.v18i1.57577
- Anggitaningsih, R. (2023). Pengaruh keramahan karyawan, pemahaman tentang produk, dan keragaman item produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada Alfamart di wilayah Kota Surabaya. *Reinforce: Journal of Sharia Management*, 2(1). <https://doi.org/10.21274/reinforce.v2i1.6472>
- Anggoro, M. D. F. P. (2023). Pengaruh kualitas produk dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen produk genteng. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 2(4). <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.02.4.12>
- Apiatno, A. (2025). Meningkatkan kepuasan konsumen melalui kualitas produk: Analisis pada produk

- dodol CV. Chandra Wulan. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(2). <https://doi.org/10.57178/paradoks.v8i2.1179>
- C.H., Q. A., Asrini, Y. D., & Setyawati, R. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, keragaman produk, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 2(2). <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.480>
- Diantika, A. R. (2022). Pengaruh keragaman produk, ketersediaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Hikmah Mart Jajar Wates. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(2). <https://doi.org/10.36490/jmdb.v1i2.390>
- Fajar, M., Hermawan, H., & Reskiputri, T. D. (2025). Pengaruh kualitas produk, desain dan fitur terhadap kepuasan konsumen produk smartphone pada Gen Z (Study pada mahasiswa di kabupaten Jember). *Manajemen: Jurnal Ekonomi*. <https://doi.org/10.36985/y38qc434>
- Firdausia, R. (2024). Pengaruh keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Ayah Bunda di Kabupaten Situbondo Abdurachman Saleh Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(12). <https://doi.org/10.36841/jme.v2i12.4222>
- Ghufran, M. I. A., Sari, L. P., & Minullah, M. (2025). Pengaruh keragaman produk, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada Rengginang Ibu Imam di Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 4(9). <https://doi.org/10.36841/jme.v4i9.7203>
- Irsanni, A. A., & Suhardi, S. (2023). Pengaruh diferensiasi produk dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada produk fashion Thenblank di Kota Batam. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(3). <https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v5i3.7809>
- Juvianti, J., & Purba, T. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Trisigma Globalindo. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 6(5), 460. <https://doi.org/10.32493/drj.v6i5.30474>
- Kardella, P. (2022). Pengaruh kualitas produk, desain produk, dan harga produk terhadap kepuasan pembelian konsumen brand Appel iPhone. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*, 2(3). <https://doi.org/10.56127/jaman.v2i3.324>
- Maddinsyah, A., & Solihin, D. (2026). Kualitas Pelayanan Dan Harga: Kunci Di Balik Kepuasan Pelanggan. *JURNAL ILMIAH M-PROGRESS*, 16(1), 187–197. <https://doi.org/10.35968/mpu.v16i1.1848>
- Mahendra, J., Arief, M. Y., & Ariyantiningih, F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Loyalitas Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Pakaian Lva Boutique Asembagus Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(5), 1058. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i5.3531>
- Malian, M. (2021). Analisis pengaruh kualitas produk, citra perusahaan dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen produk online. *POINT: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 3(2). <https://doi.org/10.46918/point.v3i2.1145>
- Matasak, I., Pasului, I., & Batara, M. (2025). Pengaruh keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen tembakau linting di Toko Tembakau Cowboy. *Jurnal Bisnis*

Mahasiswa. <https://doi.org/10.60036/jbm.543>

- Muhammad, F., & Febriatmoko, B. (2022). Pengaruh diferensiasi produk, persepsi harga, kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Manajemen*, 14(2). <https://doi.org/10.30872/jmmn.v14i2.11110>
- Purnama, Z. A. (2026). Pengaruh keragaman produk, ketersediaan produk, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kain batik Lampung (Studi pada konsumen batik Lampung di Lampung Selatan). *Journal Social Society*, 6(1). <https://doi.org/10.54065/jss.6.1.2026.1035>
- Puspita, I. R. (2025). Membangun kualitas produk dan inovasi produk untuk meningkatkan loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen (Studi kasus pada pengguna produk Indosat di Kota Semarang). *Journal Social Society*, 5(2). <https://doi.org/10.54065/jss.5.2.2025.711>
- Ramadani, N. B., Tulhusnah, L., & Praja, Y. (2025). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Apotek Rabella Farma Panarukan. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 4(10), 2423. <https://doi.org/10.36841/jme.v4i10.6955>
- Ramadhanti, A. A., Tulhusnah, L., & Ediyanto, E. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan keragaman produk dan suasana toko dalam menentukan loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada toko kosmetik Somaya Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 3(1). <https://doi.org/10.36841/jme.v3i1.4781>
- Ratna Sari, & Heryenzus. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ramayana Panbil Kota Batam. *ECo-Buss*, 6(2), 474–487. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i2.648>
- Rofiq, N. N., & Solihin, D. (2026). Peran kepuasan pelanggan sebagai mediasi dalam pengaruh kualitas produk dan kualitas pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Monza Bakery and Cake Ciputat. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, 3(4), 425-440.
- Shafarina, D., & Sari, D. K. (2024). Analisis keragaman produk, kualitas pelayanan, dan servicescape terhadap kepuasan konsumen pada Laziza Fried Chicken Sidoarjo. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*, 2(2). <https://doi.org/10.47134/innovative.v2i2.32>
- Shafarina, D., & Sari, D. K. (2024). Analisis keragaman produk, kualitas pelayanan, dan servicescape terhadap kepuasan konsumen pada Laziza Fried Chicken Sidoarjo. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*, 2(2). <https://doi.org/10.47134/innovative.v2i2.32>
- Wijaya, V. A., & Siswahyudianto. (2022). Pengaruh keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Agen Pulsa Jaya Reload Kediri. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(9). <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v1i9.2192>