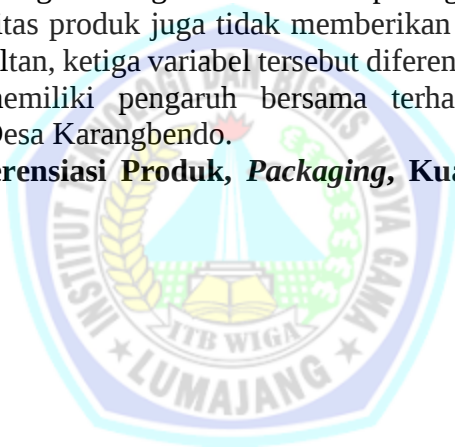


ABSTRAK

Pertumbuhan UMKM di Kabupaten Lumajang berkembang pesat dan berperan sebagai salah satu sumber utama pendapatan ekonomi lokal, sekaligus menjadi penggerak penting dalam pertumbuhan ekonomi daerah. Sebagian besar kegiatan ekonomi masyarakat setempat ditopang oleh keberadaan UMKM, yang terlihat dari maraknya usaha berbasis rumah tangga di berbagai wilayah, termasuk usaha makaroni Dwal di Desa Karangbendo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh diferensiasi produk, kemasan (*packaging*), dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan makaroni Dwal. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Sampel penelitian diperoleh menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*, melibatkan 60 responden yang merupakan pelanggan makaroni Dwal. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diferensiasi produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sebaliknya, kemasan produk memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Sementara itu, kualitas produk juga tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Namun, secara simultan, ketiga variabel tersebut diferensiasi produk, kemasan, dan kualitas produk memiliki pengaruh bersama terhadap kepuasan pelanggan makaroni Dwal di Desa Karangbendo.

Kata Kunci : Diferensiasi Produk, *Packaging*, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan



ABSTRACT

UMKM growth in Lumajang Regency is developing rapidly and plays a role as one of the main sources of local economic income, as well as being an important driver of regional economic growth. Most of the economic activities of the local community are supported by the existence of UMKMs, which can be seen from the rise of household-based businesses in various regions, including the Dwal macaroni business in Karangbendo Village. This study aims to determine the extent to which product differentiation, packaging, and product quality influence customer satisfaction with Dwal macaroni. The approach used in this research is a quantitative method with multiple linear regression analysis techniques. The research sample was obtained using a nonprobability sampling method with a purposive sampling approach, involving 60 respondents who are Dwal macaroni customers. Data was collected through questionnaires. Research results indicate that product differentiation does not have a significant effect on customer satisfaction. Conversely, product packaging has a significant influence on the level of customer satisfaction. Meanwhile, product quality also does not have a significant impact. However, simultaneously, these three variables product differentiation, packaging, and product quality have a joint influence on the customer satisfaction of Dwal macaroni in Karangbendo Village.

Keywords: Product Differentiation, Packaging, Product Quality, Customer Satisfaction

