

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, simpulan yang dapat peneliti sampaikan adalah:

1. Hasil analisis deskriptif pada karakteristik konsumen menunjukkan bahwa konsumen yang pernah membeli dan mengonsumsi bumbu rujak manis Cak Mimin rata-rata didominasi oleh konsumen berjenis kelamin perempuan, berusia 17-25 tahun, bertempat tinggal di Surabaya, pendidikan sarjana, bekerja sebagai wiraswasta dan pelajar, berpendapatan rendah dan menengah, memiliki frekuensi pembelian produk Cak Mimin 1-2 kali. Hasil karakteristik konsumen bertujuan untuk penentuan segmentasi konsumen dan dapat membantu Cak Mimin dalam menetapkan strategi pemasaran maupun dalam memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen.
2. Hasil analisis SEM PLS menunjukkan bahwa citra merek, promosi, dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
 - a) Semakin baik citra merek Cak Mimin dibenak konsumen maka kepuasan konsumen akan meningkat.
 - b) Semakin baik promosi yang didapat oleh konsumen maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen pada bumbu rujak manis Cak Mimin.
 - c) Jika kualitas produk meningkat maka kepuasan konsumen akan meningkat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, saran yang dapat peneliti sampaikan adalah:

1. Diharapkan kepada owner UMKM Cak Mimin dapat membentuk *branding* produk yang lebih menarik lagi dan lebih menggambarkan ciri khas produk Cak Mimin. Untuk menciptakan kesan dan tampilan yang lebih menarik di mata konsumen hendaknya dapat mencoba untuk membuat desain kemasan baru atau *redesign* seperti memperbesar ukuran *font* komposisi dan lain-lain terutama *brand* “Cak Mimin” agar konsumen lebih mudah membacanya dan mengenali produk Cak Mimin serta mudah diingat.
2. Diharapkan kepada owner UMKM Cak Mimin untuk sering melakukan promosi dengan sesuai jadwal yang telah direncanakan dan sesuai sasaran baik lewat media cetak, media elektronik, serta media sosial instagram dan tiktok. Selain itu, Cak Mimin juga memberikan paket diskon atau potongan harga. Cak Mimin juga perlu mengembangkan promosinya dengan desain yang lebih unik dan menarik serta informasi atau pesan pada promosi yang disampaikan dapat dirangkai dengan baik agar kesadaran calon konsumen dapat terbangun untuk membeli.
3. Owner UMKM Cak Mimin diharapkan selalu konsisten dalam menjaga kualitas produk seperti pada aroma dan rasa produk agar dapat mempertahankan kualitas produk. Kepuasan konsumen dapat meningkat apabila kualitas produk senantiasa terjaga.
4. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat membahas mengenai pengaruh variabel lain yang belum diteliti yang berkaitan dengan kepuasan konsumen seperti harga, tempat, *brand loyalty*, dll. Serta dapat memberikan variabel

intervening seperti minat beli ataupun lainnya. Sehingga penelitian ini dapat terus dikembangkan dan mendapatkan hasil yang maksimal dan bermanfaat.