

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang sudah dilakukan didapatkan simpulan dari penelitian skripsi ini, yaitu:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen didominasi oleh kelompok usia produktif 26–33 tahun, mayoritas perempuan, berpendidikan SMA, bekerja sebagai pegawai swasta, dengan tingkat pendapatan menengah serta memiliki frekuensi pembelian lebih dari tiga kali. Kondisi ini menjadi dasar penting dalam memahami perilaku konsumen sebagai target pasar utama UMKM Sambal Dede Satoe.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digital marketing dan ekuitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, sedangkan inovasi produk tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, UMKM Sambal Dede Satoe perlu melakukan perbaikan pada beberapa aspek, yaitu interaktivitas, produk baru, dan citra merek. Peningkatan interaktivitas dapat dilakukan dengan memperbanyak komunikasi dua arah di media sosial seperti membalas komentar dan pesan secara aktif, membuat konten interaktif (polling, Q&A, live session), serta melibatkan konsumen dalam pembuatan konten. Pada aspek inovasi produk, pengembangan produk baru perlu dilakukan secara lebih terencana dan berkelanjutan, misalnya dengan menciptakan varian rasa yang benar-benar berbeda dari pesaing, melakukan limited edition, atau inovasi kemasan yang lebih praktis dan modern.. Kemudian, untuk memperkuat citra merek, UMKM perlu membangun branding yang konsisten melalui visual identitas yang kuat, serta memperbanyak testimoni

dan ulasan positif dari konsumen agar kepercayaan publik semakin meningkat. Upaya peningkatan pada ketiga indikator tersebut diharapkan mampu memperkuat keunggulan bersaing UMKM Sambal Dede Satoe secara lebih signifikan.