



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen pada produk UMKM Kerupuk Udang Desa Tanah Merah Indragiri Hilir, dapat disimpulkan bahwa.

- a. Strategi bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen.
- b. Setiap elemen bauran pemasaran memberikan kontribusi terhadap tingkat kepuasan konsumen, baik secara persial maupun simultan
- c. Produk yang berkualitas, harga yang sesuai, distribusi yang mudah dijangkau, serta promosi yang efektif mampu meningkatkan persepsi positif konsumen terhadap produk kerupuk udang.
- d. Kepuasan konsumen tercermin dari kesesuaian harapan, minat membeli ulang, dan kesediaan merekomendasikan produk pada orang lain.
- e. Dengan strategi pemasaran yang tepat, UMKM Kerpuk Udang di Desa Tanah Merah memiliki peluang untuk berkembang lebih luas dan meningkatnya daya saing.

5.2 Saran

Bedasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut.

a. Bagi pelaku UMKM

1. Menetapkan harga yang kompetitif sesuai dengan kualitas dan daya beli konsumen



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

2. Memperluas saluran distribusi tidak hanya secara *offline* tetapi juga melalui penjualan *online*.

3. Mengoptimalkan promosi melalui media sosial dan platform digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

b. Bagi Pemerintah/Instansi terkait

1. Memberikan pelatihan terkait pemasaran digital dan pengembangan produk UMKM.

2. Mendukung promosi produk local melalui pameran atau program pemberdayaan UMKM.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Diharapkan dapat menambahkan variable lain seperti loyalitas konsumen atau kualitas pelayanan

2. Menggunakan metode analisis yang lebih beragam agar hasil penelitian lebih mendalam.