BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kualitas produk yang ada di UMKM Sumber Koyo Laos Balap memiliki Kualitas bahan baku lengkuas yang segar, Proses Produksi yang higenis, Pengemasan yang cukup baik, Daya Tahan Produk dan Rasa dan aroma yang khas. Penetapan harga yang dilakukan UMKM Sumber Koyo Laos Balap dilakukan berdasarkan: Kondisi Pasar, Proses Produksi, Stok Bahan Baku, Harga Pokok Penjualan (HPP), dan Daya beli Konsumen. Penetapan harga yang ditentukan oleh UMKM ini sudah terjangkau dan sesuai dengan kondisi pasar dan kualitas produk Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Sumber Koyo Laos Balap, Desa Pendem, Kecamatan Junrejo, Kota Batu, Jawa Timur. Hal ini menunjukan bahwa kualitas produk dan penetapan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM Sumberkoyo Laos Balap. Kualitas produk yang baik, yang ditunjukkan melalui penggunaan bahan baku segar, rasa dan aroma yang khas, serta proses produksi yang higienis, mampu meningkatkan kepuasan dan kepercayaankonsumen.Disisilain, penetapan harga yang mempertimbangkan biaya produksi, kondisi pasar, dan daya beli konsumen dinilai sudah tepat karena terjangkau dan sebanding dengan kualitas produk. Kombinasi antara kualitas produk yang unggul dan strategi harga yang sesuai

menjadi faktor utama dalam menarik minat beli, meningkatkan daya saing, serta mendorong pembelian ulang oleh konsumen.

5.2 Saran

5.2.1 Untuk Umkm sumber koyo laos balap:

UMKM ini harus Meningkatkan dan menjaga kualitas produk baik dari proses produksi sampai dengan pemasarannya. UMKM perlu terus-menerus mempertahankan kualitas bahan baku yang segar serta menjaga konsistensi rasa, aroma dan proses pembersihan yang ditingkatkan. Selain itu, pengawasan pada proses produksi harus tetap diperketat agar kebersihan dan keamanan produk selalu terjamin. Inovasi produk dan kemasan,. Strategi harga yang fleksibel Meskipun harga sudah terjangkau, UMKM dapat mempertimbangkan variasi ukuran kemasan dengan harga berbeda agar dapat menjangkau lebih banyak segmen konsumen. Peningkatan promosi dan pemasaran UMKM perlu memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar. Promosi yang menarik dapat meningkatkan brand awareness dan minat beli konsumen.Menjaga hubungan baik dengan konsumen Memberikan pelayanan yang baik serta menanggapi masukan dari konsumen dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas, sehingga mendorong pembelian ulang.Pengembangan usaha UMKM dapat mempertimbangkan untuk memperluas distribusi produk ke lebih banyak wilayah agar penjualan semakin meningkat.

5.2.2 Untuk peneliti selanjutnya:

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti promosi, *brand image*, kualitas pelayanan, atau kepuasan konsumen agar hasil penelitian lebih komprehensif dalam menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian.