

ABSTRAK

Perekonomian di Indonesia didominasi oleh kegiatan UMKM yang berfokus pada usaha mikro kecil menengah. Daya saing yang dimiliki oleh UMKM dalam kegiatan ekonomi masih tergolong lemah jika dibandingkan dengan jenis kegiatan ekonomi lainnya. Lemahnya daya saing UMKM di Indonesia diakibatkan oleh beberapa faktor. Faktor utama yang menyebabkan masalah ini adalah rendahnya pengetahuan dan kemampuan dalam hal manajemen bisnis. Hal tersebut menimbulkan berbagai dampak yang merugikan, termasuk kurangnya kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk yang ditawarkan. Masalah ini perlu menjadi fokus utama bagi para pelaku UMKM untuk melakukan analisis terhadap bisnis yang dijalankan. Maka dari itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh estetika produk, komunikasi dari mulut ke mulut, serta pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Kardus 39 sebagai sampel UMKM. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan kuesioner sebagai media penelitian, dilanjutkan dengan analisis interval untuk mengetahui hasil rata-rata secara umum yang mencakup semua variabel jawaban yang dipilih oleh responden.

Kata Kunci: UMKM, kepuasan pelanggan, *aesthetic*, *word of mouth*, *customer engagement*

