

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian mengenai pengaruh standardisasi produk dan kepuasan konsumen terhadap daya jual produk industri kecil menengah di Kabupaten Blitar selanjutnya dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada variabel standardisasi produk terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel daya jual IKM di Kabupaten Blitar. Bahkan variabel ini memiliki pengaruh lebih tinggi dari variabel independen lainnya. Hal ini karena anggapan dari masyarakat akan produk yang telah berlisensi ialah produk yang telah terjamin kualitas dan kuantitasnya, karena langkah-langkah untuk mendapatkan lisensi tersebut haruslah lolos berbagai pengujian.
2. Variabel kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya jual produk industri kecil menengah di Kabupaten Blitar. Hal ini dikarenakan bahwa adanya respon balik yang baik diberikan konsumen setelah mengonsumsi produk. Respon tersebut berupa *repeat order* dan memberikan rekomendasi mengenai produk tersebut kepada orang sekitarnya, sehingga produk tersebut perlahan-lahan dikenali oleh masyarakat luas.

3. Variabel standarisasi produk dan kepuasan konsumen secara bersama-sama mempengaruhi ke arah positif dan signifikan terhadap daya jual produk industri kecil menengah di Kabupaten Blitar.

## **B. Saran**

### **1. Bagi Produsen Industri Kecil Menengah**

Dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan untuk menjadikannya masukan untuk meningkat produk industry kedepannya agar lebih baik. Khususnya mengenai standarisasi produk yang kadang dianggap remeh beberapa produsen, justru memiliki pengaruh yang cukup tinggi terutama untuk perluasan pangsa pasar. Meningkatkan kualitas produk sebagai langkah dasar untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan tujuan bertambahnya daya jual akan produk industri, secara otomatis akan mengangkat taraf hidup pendapatan masyarakat.

### **2. Bagi Akademis**

Dengan hasil penelitian ini diharapkan untuk menjadi tambahan informasi bagi para akademis, bahwa standarisasi produk dan kepuasan konsumen mampu menjadi faktor pendorong untuk meningkatnya daya jual produk insudtri kecil menengah. Selain itu hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi khususnya Jurusan Ekonomi Syariah dan menambah bahan kepustakaan di Perpustakaan UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

### **3. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan rujukan dalam melakukan penelitian selanjutnya. Dan untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat mengembangkan variabel-variabel lainnya, dikarenakan faktor yang mempengaruhi daya jual produk IKM masih banyak.