

## BAB V

### KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang analisis pengaruh *IT Knowledge*, *IT Strategy* dan *IT Investment* terhadap Inovasi Produk di perguruan tinggi Yogyakarta dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel *IT Knowledge*, *IT Strategy* dan *IT Investment* yang merupakan bagian dari infrastruktur teknologi informasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk di perguruan tinggi Yogyakarta. Sehingga penggunaan infrastruktur teknologi informasi di perguruan tinggi Yogyakarta mempunyai dampak positif terhadap peningkatan inovasi produk. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 diterima.
2. Variabel *IT Knowledge* secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap inovasi produk di perguruan tinggi Yogyakarta. Dengan demikian, semakin tinggi *IT Knowledge* akan menyebabkan peningkatan inovasi produk di perguruan tinggi Yogyakarta. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 diterima.
3. Variabel *IT Strategy* secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap inovasi produk di perguruan tinggi Yogyakarta. Dengan

demikian, semakin tinggi *IT Strategy* akan dapat meningkatkan inovasi produk di perguruan tinggi Yogyakarta. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 diterima.

4. Variabel *IT Investment* secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap inovasi produk di perguruan tinggi Yogyakarta. Dengan demikian, semakin tinggi *IT Investment* akan dapat meningkatkan inovasi produk di perguruan tinggi Yogyakarta. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 diterima.
5. Nilai *adjusted R*<sup>2</sup> = 0,615, artinya 61,5% variasi inovasi produk dapat dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel independen yaitu *IT Knowledge*, *IT Strategy* dan *IT Investment*.
6. Hasil lain dalam penelitian ini menjelaskan dari ketiga variabel yang paling signifikan mempengaruhi peningkatan inovasi produk dengan melihat koefisien beta paling besar, signifikansi paling kecil dan atau *t* hitung paling besar (dengan mengabaikan tanda negatif) adalah variabel *IT Strategy*.

## B. Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, penelitian ini diharapkan mempunyai implikasi bagi perguruan tinggi, para peneliti dan akademisi sebagai

1. Bagi perguruan tinggi, penelitian ini dapat dipakai sebagai referensi dan bahan pertimbangan dalam menentukan strategi teknologi informasi. Hasil penelitian ini menunjukkan dari ketiga variabel paling dominan mempengaruhi peningkatan inovasi produk dengan melihat koefisien beta paling besar, signifikansi paling kecil dan atau  $t$  hitung paling besar (dengan mengabaikan tanda negatif) adalah variabel *IT Strategy*. Mengingat strategi teknologi informasi sangat memungkinkan perguruan tinggi memperkuat posisi pasar terhadap pesaing dan memungkinkan perguruan tinggi memperoleh keunggulan bersaing melalui inovasi. Sehingga disarankan agar perguruan tinggi terlebih dulu menerapkan *IT Strategy* dalam penggunaan infrastruktur teknologi untuk meningkatkan inovasi produk.
2. Bagi para peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat mendorong dan memicu penelitian selanjutnya. Untuk melihat perbedaan peningkatan inovasi produk perguruan tinggi secara umum, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan pengujian mengenai tipologi strategi perguruan tinggi dan menambah jumlah perguruan tinggi.
3. Bagi akademisi, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi literatur terhadap beberapa mata kuliah, seperti sistem informasi manajemen, sistem informasi akuntansi dan manajemen strategik.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan, diantaranya:

1. Peneliti hanya menyebarkan kuesioner kepada 4 perguruan tinggi negeri dan 36 perguruan tinggi swasta di Yogyakarta, Sehingga jumlah kuesioner yang disebarkan seluruhnya berjumlah 40. Sedangkan berdasarkan daftar Kopertis Wilayah V Yogyakarta perguruan tinggi swasta sebanyak 120 dan perguruan tinggi negeri sendiri sebanyak 5.
2. Penelitian ini tidak menguji perbedaan peningkatan inovasi produk secara umum berdasarkan tinologi strategi perguruan tinggi