

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk: Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian layanan cloud computing. Promosi yang menarik, branding yang kuat, dan informasi produk yang jelas menjadi faktor penting dalam menarik minat pengguna IT untuk memilih layanan cloud computing.
2. Keamanan Data: Keamanan data memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian layanan cloud computing. Pengguna IT lebih memilih penyedia layanan yang menjamin keamanan data dengan sertifikasi keamanan yang diakui dan kebijakan perlindungan data yang ketat.
3. Regulasi Pemerintah: Regulasi pemerintah juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian layanan cloud computing. Kebijakan dan regulasi yang mendukung perlindungan data pribadi serta keamanan informasi meningkatkan kepercayaan pengguna IT dalam menggunakan layanan cloud computing.

V.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur-prosedur yang telah ditetapkan. Namun, tetap ada beberapa kekurangan dan keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam penelitian ini. Berikut adalah sejumlah kekurangan dan keterbatasan yang dapat diidentifikasi:

Batasan dalam jumlah responden, di mana peneliti hanya mengambil sampel dari 100 responden dikarenakan tidak banyaknya Tenaga Ahli IT yang menjabat sebagai manajer jika dibandingkan dengan jumlah tenaga ahli IT dengan jabatan staff. Keterbatasan ini mungkin menghasilkan variasi yang lebih besar dalam pandangan dan preferensi pengguna yang lebih luas.

V.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis pembahasan dan simpulan yang telah dilakukan, maka berikut ini adalah beberapa saran dari peneliti sebagai masukan baik bagi perusahaan terkait maupun bagi peneliti selanjutnya agar dapat menjadi lebih baik. Berikut saran yang diberikan oleh peneliti:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat mencari tahu lebih dalam terkait variabel yang digunakan pada penelitian ini serta bisa juga menambahkan variabel lain untuk bisa diteliti dalam penelitian ini, seperti harga, kualitas pelayanan, e-wom sehingga dapat mengetahui faktor lainnya yang dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian. Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat menggunakan metode lainnya untuk meneliti mengenai pengaruh keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini memiliki manfaat bagi beberapa pihak, diantaranya:

Bagi Perusahaan

perusahaan dapat menyesuaikan strategi pemasaran untuk lebih menekankan pada aspek-aspek yang paling berpengaruh bagi konsumen, sehingga meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran.

Bagi Konsumen

Konsumen dapat membuat keputusan pembelian yang lebih terinformasi dan tepat, serta konsumen akan lebih mudah memahami manfaat dan fitur produk yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan mereka terhadap proses pemasaran dan produk yang ditawarkan.