

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Pada penelitian ini hasil analisis data di dapat melalui *Structural Equation Modelling* (SEM) dan software Lisrel 8.80 untuk menguji pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *hedonic motivation*, *price value*, *habit*, *behavioral intention* terhadap *use behavior* fitur *Dota Plus*. Dalam penelitian ini ternyata ada tidak yang memiliki kecocokan dengan model penelitian yang telah diajukan peneliti.

Berdasarkan model struktural dari sepuluh hipotesis ternyata tidak semua sesuai dengan hasil temuan dari , sehingga dari model structural tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Performance Expectancy* memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* dengan mempunyai nilai t-value 1,78 yaitu diatas 1,65. Hal tersebut menunjukkan bahwa kegunaan dari *Dota Plus* dapat membantu meningkatkan niat prilaku pemain *Dota 2* dalam berlangganan fitur tersebut.
2. *Effort Expectancy* tidak memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* dengan mempunyai nilai t-value -0,03, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak mendukung karena memiliki nilai dibawah 1.65.
3. *Social Influence* tidak memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* dengan mempunyai nilai t-value 0,10, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak mendukung karena memiliki nilai dibawah 1.65.

4. *Facilitating Conditions* tidak memiliki pengaruh terhadap *Use Behavior* dengan mempunyai nilai t-value -0,04, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak mendukung karena memiliki nilai dibawah 1.65.
5. *Facilitating Conditions* memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* dengan mempunyai nilai t-value 2,45 yaitu diatas 1,65. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebuah sumber daya yang dimiliki pemain *Dota 2* dapat meningkatkan niat perilaku untuk berlangganan *Dota Plus*.
6. *Hedonic Motivation* tidak memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* dengan mempunyai nilai t-value -0,48, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak mendukung karena memiliki nilai dibawah 1.65.
7. *Price Value* tidak memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* dengan mempunyai nilai t-value -0,10, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak mendukung karena memiliki nilai dibawah 1.65.
8. *Habit* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* dengan mempunyai nilai t-value 7,87 yaitu diatas 1,65. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebuah kebiasaan yang dimiliki pemain *Dota 2* dapat meningkatkan niat perilaku untuk berlangganan *Dota Plus*.
9. *Habit* memiliki pengaruh positif terhadap *Use Behavior* dengan mempunyai nilai t-value 6,09 yaitu diatas 1,65. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebuah kebiasaan yang dimiliki pemain *Dota 2* dapat meningkatkan penggunaan *Dota Plus* secara terus menerus.
10. *Behavioral Intention* memiliki pengaruh positif terhadap *Use Behavior* dengan mempunyai nilai t-value 3,91 yaitu diatas 1,65. Hal tersebut

menunjukkan bahwa sebuah niat perilaku yang dimiliki pemain *Dota 2* dapat meningkatkan penggunaan *Dota Plus* secara terus menerus.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil yang di dapat dalam penelitian yang sudah di paparkan, peneliti berharap hasil tersebut dapat memberikan sebuah manfaat dan dampak bagi kemajuan fitur *Dota Plus* kedepannya serta bermanfaat bagi peneliti yang ingin mengangkat topik yang sama atau mempunyai keterkaitan dengan fitur *Dota Plus*, agar dapat menghasilkan temuan yang lebih baru yang lebih mendalam serta bermanfaat.

### 5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian adapun saran dari peneliti untuk fitur *Dota Plus* sebagai berikut :

1. *Dota Plus* harus mempunyai fitur yang dapat mempertarik seluruh *rank* yang ada di *Dota 2*, tidak hanya pemain yang dikatakan *newbie*, tetapi dapat merangkul keseluruhan, agar fitur ini di anggap berguna bagi pemain *Dota 2*.
2. Membuat *hero sets Dota Plus* yang dapat diperjualbelikan pada *market steam*, serta menambahkan effect seperti *arcana* agar mempertarik daya pemain *Dota 2* untuk berlangganan *Dota Plus*.
3. Memberikan *free trial* kepada pemain *Dota 2* agar setiap pemain dapat merasakan kegunaan fitur *Dota Plus* serta dapat meningkatkan langganan pada fitur tersebut.

4. *Dota Plus* harus memberikan sebuah promosi seperti berlangganan 12 bulan gratis tambahan 3 bulan, agar para pemain tertarik untuk mencoba fitur tersebut dikarenakan harga yang sangat *worth* untuk dibeli.
5. Fitur *Dota Plus* harus mengupdate fiturnya lebih lengkap lagi, seperti membuat sebuah *guild* di dalam game, dapat memberikan info tentang *item suggest pro-player*, memberikan informasi *net worth* secara *real time*.
6. *Dota Plus* dalam melakukan sebuah update harus sering berkomunikasi kepada komunitas *Dota 2*, karena setiap update yang diberikan akan mempengaruhi pemain *Dota 2* untuk berlangganan fitur ini.
7. Membuat sebuah mode permainan yang dikhususkan pengguna *Dota Plus* serta diberikan sebuah benefit di dalam permainan tersebut seperti treasure spin rolling arcana, dan sebagainya. Tujuan pembuatan mode tersebut agar pemain *Dota 2* berlangganan *Dota Plus* serta merasakan manfaat dari fitur tersebut
8. Pihak pengembang game *Dota 2* harus memperluas jaringan komunitasnya, dengan mengutus sebuah team untuk region asia tenggara, agar mempunyai komunitas yang solid serta pengembang akan lebih mudah mempromosikan suatu event, produk yang ingin dijual kepada para pemain terutama fitur *Dota Plus*.

### **5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya**

Pada penelitian ini, peneliti percaya bahwa memiliki keterbatasan yang terdapat di dalamnya. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya berharap pada penelitian selanjutnya dapat memperhatikan sebagai berikut :

1. Pada penelitian ini mencakup wilayah JABODETABEK saja, diharapkan penelitian selanjutnya dapat dilakukan Se-Indonesia karena pemain *Dota 2* yang mengetahui dan berlangganan fitur *Dota Plus* tidak hanya berada di jabodetabek saja, serta akan mendapatkan data yang lebih valid.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan variabel *purchase intention*, karena peneliti menganggap variabel tersebut dapat mengetahui mengapa pemain *Dota 2* ingin berlangganan fitur *Dota Plus*.
3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperhatikan update tentang fitur *Dota Plus*, apakah update tersebut dapat memberikan pengaruh atau tidak kepada pertumbuhan pelanggan fitur tersebut.
4. Pada penelitian selanjutnya diharapkan tidak membatasi umur pada responden, karena *Dota 2* merupakan game yang dimainkan oleh semua kalangan.
5. Pada penelitian selanjutnya diharapkan lebih mengklasifikasi terhadap batasan pernah berlangganan fitur *Dota plus* dan Sedang berlangganan *Dota Plus*.