



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil analisis data dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) menunjukkan data pada penelitian ini semuanya memiliki kecocokan dengan model penelitian yang diajukan. Seluruh indikator pada model pengukuran memiliki kriteria valid dan seluruh variabel memiliki reliabilitas atau konsistensi pengukuran yang baik, sehingga hasil dari model struktural tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Country of Origin* berpengaruh positif terhadap *Product Image*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi citra negara asal suatu produk, dalam hal ini Amerika Serikat, maka semakin tinggi pula citra atau gambaran konsumen terhadap Xbox One.
2. *Product Image* berhubungan positif terhadap *Purchase Intention*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi citra atau gambaran yang konsumen miliki terhadap Xbox One, maka semakin tinggi pula keinginan konsumen untuk membeli Xbox One.
3. *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *Perceived Value*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi manfaat dan kegunaan Xbox One dalam bermain *games*, semakin tinggi juga *value* yang dimiliki oleh Xbox One.

4. *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Perceived Value*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah dan semakin sedikit energi dan waktu yang konsumen butuhkan untuk mengoperasikan Xbox One, maka semakin tinggi pula *value* yang dimiliki oleh Xbox One.
5. *Perceived Value* berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi konsumen terhadap *value* yang dimiliki Xbox One, semakin tinggi pula keinginan konsumen untuk membeli Xbox One.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Country of Origin* memiliki pengaruh terhadap *Product Image*, *Product Image* memiliki pengaruh terhadap *Purchase Intention*, *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh terhadap *Perceived Value*, *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh terhadap *Perceived Value*, dan *Perceived Value* memiliki pengaruh terhadap *Purchase Intention*.

Oleh karena itu, saran bagi perusahaan yang dapat disampaikan dari hasil penelitian yang didapat adalah sebagai berikut:

1. Microsoft dapat memperkenalkan Xbox One lebih jauh kepada masyarakat di negara Asia mengenai keunggulan – keunggulan Xbox One. Karena menurut data yang peneliti dapat dari toko – toko *games* yang peneliti datangi, penyerapan produk Xbox One dibandingkan dengan Playstation 4 memiliki rasio 1:10, yang berarti ada 1 Xbox One diantara 10 Playstation 4 yang dibeli konsumen.

2. Microsoft dapat memperbaiki citra buruk yang menempel pada Xbox One yang diakibatkan oleh Xbox One *Day One Edition* mereka yang mengalami kerusakan ketika konsumen pertama kali memainkannya. Tidak ada satu pun pemain *game* konsol yang ingin mendapatkan konsol *game* yang rusak di hari pertama mereka memainkan konsol tersebut.
3. Kehadiran Kinect sebagai alat untuk menangkap perintah suara juga harus dilengkapi dengan media tercetak tentang perintah – perintah yang dapat didengar oleh Kinect, sehingga kedepannya *players* tidak perlu repot untuk mencari perintah – perintah apa saja yang dapat dipahami Kinect di internet.
4. Kehadiran Xbox One *Ambassador* untuk meraih ceruk pasar yang lebih dalam sekaligus memperluas pangsa pasar Xbox One perlu diperhitungkan karena mereka akan menjadi garda depan Microsoft untuk memperkenalkan Xbox One lebih jauh kepada konsumen.

5.2.1 Saran bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini tentu saja jauh dari sempurna dan memiliki berbagai keterbatasan sehingga memerlukan penyempurnaan untuk penelitian serupa atau pun penelitian yang berbasis kepada *electronic entertainment* di masa yang akan datang. Berikut beberapa saran yang peneliti rekomendasikan untuk penelitian selanjutnya, antara lain:

1. Mengingat perkembangan *electronic entertainment* yang terus berevolusi dan tidak pernah berhenti, peneliti menyarankan untuk mempertahankan variabel *country of origin*, *product image*, dan *purchase intention* untuk produk Microsoft Xbox lainnya di masa yang akan datang sehingga dapat

dilihat bagaimana preferensi konsumen untuk produk Microsoft terutama lini produk Xbox di masa yang akan datang. Hal ini dikarenakan setiap produk *branded* pasti memiliki reputasi negara asal produk tersebut citra produk di mata konsumen yang akhirnya membuat konsumen memiliki keinginan untuk membeli produk tersebut.

2. Dalam penelitian ini, peneliti memang tidak menambahkan *screening* responden untuk mencoba konsol yang akan diteliti. Untuk penelitian selanjutnya, agar ditambahkan *screening* responden yang pernah mencoba konsol yang akan diteliti sehingga hasil penelitian bisa lebih relevan dan tidak menyulitkan konsumen ketika mengisi kuesioner karena sudah memiliki pengalaman terhadap konsol yang dimiliki.
3. Agar menambah hubungan antara variabel *perceived quality* terhadap *purchase intention* untuk mengetahui sudah sejauh mana kualitas dan perkembangan teknologi *electronic entertainment* pada penelitian yang menggunakan produk lain dari Microsoft atau penelitian lain yang mengusung topik yang sama bisa mempengaruhi keinginan konsumen untuk melakukan pembelian. Hubungan *perceived quality* terhadap *purchase intention* ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Tsuitso (2006), Yaseen *et al.* (2011), dan Chi, Yeh, dan Yang (2009).