



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

Melihat kondisi masyarakat di Indonesia terkait *mobile gaming*, sayangnya di Indonesia sendiri, jumlah transaksi pemain terhadap *in app purchase* dalam *game* masih cukup rendah, sangat berbanding terbalik dengan Negara lainnya seperti negara Singapura yang memiliki jumlah *gamers* dan pendapatan *game* yang lebih sedikit dibanding Indonesia, namun jumlah pengeluaran yang dikeluarkan per-*gamers* masih lebih besar dari Indonesia. Sehingga dalam penelitian ini dapat diketahui beberapa faktor dalam *game* yang dapat mempengaruhi *intention to purchase* masyarakat Indonesia. Faktor pertama yang mempengaruhi masyarakat yaitu, apakah dengan mengetahui nilai fungsional atau *functional value* dari suatu *item* dapat mempengaruhi niat *gamers* untuk membeli *item*? Kemudian faktor lainnya yaitu apakah dengan adanya nilai emosional atau *emotional value* dapat mempengaruhi niat *gamers* untuk membeli *item*? Dan yang terakhir yaitu apakah faktor nilai sosial atau *social value* dapat mempengaruhi niat *gamers* untuk membeli *item*?

Bedasarkan hasil analisa menggunakan metode SEM dan pengolahan data dengan *software* LISREL versi 8.8 untuk mengukur pengaruh faktor-faktor yang mendasari pengaruh *price utility*, *functional quality*, *aesthetics*, *playfulness*, *social self-image expression*, dan *social relationship support* terhadap *intention to purchase digital items*. Dapat disimpulkan bahwa:

1. *Price utility* memiliki pengaruh terhadap *intention to purchase*, dengan nilai *t-value* sebesar 2.21, hal ini menunjukkan bahwa *gamers* ROM: Eternal Love melihat harga dari *items* yang ditawarkan memiliki pengaruh terhadap niat untuk membeli *items*, dapat dilihat dari harga *items* yang ditawarkan tidak sesuai dengan kemampuan para pemain dalam membayar karena mayoritas responden hanya mau mengeluarkan biaya dibawah Rp 199.999.
2. *Functional quality* memiliki pengaruh terhadap *intention to purchase*, dengan *t-value* sebesar 2.18, hal ini menunjukkan bahwa pemain ROM: Eternal Love melihat perbedaan kualitas fungsional dari *items* yang ditawarkan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat untuk membeli *items* tersebut.
3. *Aesthetics* memiliki pengaruh terhadap *intention to purchase*, dengan *t-value* sebesar 1.80, hal ini menunjukkan bahwa pemain ROM: Eternal Love melihat tampilan visual atau desain dari *items* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat untuk membeli *items* dalam *game*.
4. *Playfulness* memiliki pengaruh terhadap *intention to purchase*, dengan *t-value* 2.38, hal ini menunjukkan bahwa pemain ROM: Eternal Love melihat dengan membeli *items* dalam *game* dapat menjadikan permainan lebih menyenangkan.
5. *Social self-image expression* memiliki pengaruh terhadap *intention to purchase*, dengan *t-value* sebesar 2.52, hal ini menunjukkan bahwa pemain ROM: Eternal Love merasa dengan menggunakan *items* dalam *game* dapat

meningkatkan citra diri diantara *gamers* lainnya sehingga ketika menggunakan *items* mereka merasa diperhatikan oleh orang lain.

6. *Social relationship support* memiliki pengaruh terhadap *intention to purchase*, dengan *t-value* sebesar 2.00, hal ini menunjukkan bahwa pemain ROM: Eternal Love melihat bahwa ketika menggunakan *items* dalam *game* dapat menambah teman baru sehingga hal tersebut mendorong niat untuk membeli *items* dalam *game*.
7. *Functional quality* memiliki pengaruh terhadap *social self-image expression*, dengan nilai *t-value* sebesar 2.89, hal ini menunjukkan bahwa semakin bagus kualitas fungsional dari sebuah *items* yang dapat meningkatkan kemampuan karakter dalam *game*, sehingga apabila karakter dalam *game* ROM: Eternal Love memiliki kemampuan diatas karakter lainnya, *gamer* lain dapat memandang seorang *gamer* yang menggunakan *items* yang memiliki kualitas fungsional yang lebih baik sebagai pemain yang memiliki kemampuan bermain lebih dari *gamers* lainnya.
8. *Aesthetics* memiliki pengaruh terhadap *social self-image expression*, dengan nilai *t-value* sebesar 2.21, hal ini menunjukkan bahwa semakin menarik atau unik visual dari suatu *items* memiliki pengaruh signifikan terhadap meningkatnya citra diri seseorang.

5.2 Saran

Bedasarkan analisis dari hasil penelitian yan sudah dipaparkan sebelumnya, penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi perusahaan *Gravity.co* untuk mengembangkan ROM: *Eternal Love*, maupun kepada penulis selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat topik yang sama ataupun topik yang berkaitan dengan *intention to purchase digital items* agar dapat menghasilkan temuan baru dan bermanfaat.

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Hasil penelitian menunjukan bahwa *intention to purchase* dipengaruhi oleh *price utility, functional quality, aesthetics, playfulness, social self-image expression, dan social relationship support*. Maka saran yang dapat disampaikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya ROM: *Eternal Love* memberlakukan sistem *appraisal*, agar *item* yang akan dijual pemain di-*exchange* (tempat pemain menjual dan membeli *items* dengan zeny) dapat ditentukan sendiri dan tidak ditentukan oleh sistem, bedasarkan harga yang diberikan oleh sistem *appraisal*.
2. Sebaiknya ROM: *Eternal Love* menjual *item* dalam *loot box*, dimana *loot box* yang dijual tersedia dalam beberapa level seperti *box level rare- epic, dan epic – legendary*. *Loot box* dengan level *rare-epic* dapat dibeli dari harga *items rare*, *loot box* dengan level *epic – legendary* dapat dibeli dengan harga *items epic*,

3. Sebaiknya ROM: Eternal Love menyediakan menu *item suggestions*, yang dapat membantu pemain untuk mengetahui kombinasi *items* yang tepat yang diperlukan untuk menjadikan karakter pemain sesuai dengan yang diinginkannya.
4. Sebaiknya *weapon* atau senjata yang dimiliki oleh karakter juga memiliki efek spesial yang dikeluarkan ketika sedang menyerang monster. Selain membuat tampilan *item* menjadi lebih bagus saat digunakan, dengan adanya perbedaan dari efek setiap *weapon* yang digunakan juga dapat lebih memudahkan pemain untuk membedakan *element* yang dimiliki oleh *weapon*, sehingga pemain dapat lebih mudah menyesuaikan *weapon* mana yang harus digunakan untuk melawan monster yang memiliki *element* yang berbeda.
5. Sebaiknya ROM: Eternal Love menyediakan menu informasi misi, untuk setiap misi yang lebih dapat dimengerti agar *gamer* dapat lebih mengerti cara pemakaian *item*, untuk menyelesaikan misi-misi tertentu. Sehingga dengan adanya menu informasi misi, *gamer* dapat membaca instruksi misi dengan lebih jelas untuk menyelesaikannya dan ROM: Eternal Love juga dapat menambahkan misi tersembunyi dalam misi yang sudah ada.
6. Sebaiknya dalam ROM: Eternal Love menambahkan tombol share ke media sosial, untuk membagi status *profile* atau ketika *gamer* membeli *loot box* dan mendapatkan *item* yang langka, *gamer* dapat memilih untuk men-*share* ke media sosial seperti facebook, intagram, line, dan discord, yang telah terhubung akun media sosial para *gamer*.

7. Sebaiknya ROM: Eternal Love menambahkan fitur *team fight*. *Team fight* dapat dilakukan dalam bentuk *tournament*, dimana langkah awal dalam melaksanakan *team fight* antara lain *gamers* akan mencari terlebih dahulu 5 teman atau *gamer* lainnya yang bisa ajak satu tim dan jika tim sudah lengkap, tim tersebut dapat mendaftar dalam *tournament*.
8. Sebaiknya ROM: Eternal Love membuat *item mall* atau NPC (*non-player character*) yang khusus untuk menjual *costume* umum, agar *gamers* dapat lebih mudah untuk mengekspresikan diri mereka dengan memilih *costume* mana yang sesuai dengan karakternya sendiri. Khusus pada saat adanya *event* tertentu berlangsung seperti *event Christmas* ROM: Eternal Love dapat menyediakan *gacha* yang hanya muncul pada *event* tersebut untuk *costume* khusus untuk *event* tersebut.
9. ROM: Eternal Love dapat memasukan desain baju atau *desain event* yang sedang *hype* atau yang sedang populer didunia nyata, seperti desain baju KAWS, atau seperti populernya film Godzilla yang dapat dijadikan desain *costume* dalam game, agar desain *costume* dalam game tidak monotone, dan *gamer* yang sedang merasakan *hype*-nya juga terdorong untuk membeli dan memarekannya kepada teman atau pemain lain dengan tombol share ke mediasosial.

5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul “Analisis Pengaruh *Functional Value*, *Emotional Value*, Dan *Social Value* Terhadap

Intention To Purchase Digital Items Telaah Pada Pemain *Ragnarok M: Eternal Love* Indonesia” ini tentu masih memiliki berbagai keterbatasan, sehingga berdasarkan kesimpulan yang diperoleh maka peneliti mengajukan saran untuk penelitian selanjutnya, antara lain:

1. Dalam penelitian ini, daerah yang digunakan untuk pengambilan sampel saat ini adalah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Dalam penelitian selanjutnya disarankan untuk mengambil cakupan wilayah yang lebih luas.
2. Responden yang peneliti gunakan dalam penelitian ini hanya sebanyak 140 responden, dalam penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan jumlah responden yang lebih banyak untuk mendapatkan jawaban yang lebih memadai, dan juga disarankan untuk lebih banyak mencari responden selain mahasiswa atau responden yang sudah memiliki pendapatan sendiri, karena dalam penelitian ini mayoritas dari responden yang didapatkan merupakan mahasiswa.
3. Untuk penelitian selanjutnya lebih disarankan untuk menggunakan *game* lain yang memiliki *genre* atau jenis *game* yang sama sebagai perbandingan agar dapat dibandingkan dengan *game* yang ingin diteliti, agar lebih mudah untuk melakukan pengembangan melalui perbandingan antar *game* yang serupa.