

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Hasil analisis terhadap sampel sebanyak 215 responden dalam penelitian ini dengan menggunakan Structural Equation Model (SEM) dan software LISREL versi 8.8 untuk menguji pengaruh dari variabel *addiction*, *playfulness*, dan *good price* terhadap *loyalty* dan *in-app purchase intention purchase*, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Addiction* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *loyalty* dengan hasil nilai *t-value* sebesar 0.47 yaitu dibawah 1.65. Hal ini menunjukkan jika *addiction* meningkat, *loyalty* tidak mengalami peningkatan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pemain Mobile Legends: Bang Bang lebih mengedepankan kesenangan dan harga yang terjangkau untuk mencapai loyalitas pada sebuah gim.
2. *Addiction* memiliki pengaruh positif terhadap *In-App Purchase Intention* dengan hasil nilai *t-value* sebesar 1.65 yaitu lebih besar atau sama dengan 1.65. Hal ini menunjukkan jika *addiction* meningkat, maka *In-App Purchase Intention* dari pemain Mobile Legends: Bang Bang akan semakin mengalami peningkatan.
3. *Playfulness* memiliki pengaruh positif terhadap *loyalty* dengan hasil nilai *t-value* sebesar 5.04 yaitu lebih besar atau sama dengan 1.65. Hal ini menunjukkan jika *playfulness* meningkat, maka *loyalty* dari pemain Mobile Legends: Bang Bang akan semakin mengalami peningkatan.
4. *Playfulness* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *In-App Purchase Intention* dengan hasil nilai *t-value* sebesar -1.50 yaitu dibawah 1.65. Hal ini menunjukkan jika *playfulness* meningkat, *In-App Purchase Intention* tidak mengalami peningkatan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pemain Mobile Legends: Bang Bang lebih mengedepankan rasa kecanduan dalam bermain untuk mencapai *In-App Purchase Intention* pada sebuah gim.

5. *Good Price* memiliki pengaruh positif terhadap *loyalty* dengan hasil nilai *t-value* sebesar 2.29 yaitu lebih besar atau sama dengan 1.65. Hal ini menunjukkan jika *good price* meningkat, maka *loyalty* dari pemain Mobile Legends: Bang Bang akan semakin mengalami peningkatan.
6. *Good Price* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *In-App Purchase Intention* dengan hasil nilai *t-value* sebesar 0.71 yaitu dibawah 1.65. Hal ini menunjukkan jika *good price* meningkat, *In-App Purchase Intention* tidak mengalami peningkatan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pemain Mobile Legends: Bang Bang lebih mengedepankan rasa kecanduan dalam bermain untuk mencapai *In-App Purchase Intention* pada sebuah gim
7. *Loyalty* memiliki pengaruh positif terhadap *In-App Purchase Intention* dengan hasil nilai *t-value* sebesar 1.96 yaitu lebih besar atau sama dengan 1.65. Hal ini menunjukkan jika *loyalty* meningkat, maka *In-App Purchase Intention* dari pemain Mobile Legends: Bang Bang akan semakin mengalami peningkatan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat membuktikan bahwa terdapat beberapa variabel yang dapat mempengaruhi *loyalty* dan *in-app purchase intention* pada Mobile Legends: Bang Bang. Variabel yang mempengaruhi *loyalty* antara lain adalah *playfulness* dan *good price*. Sedangkan yang mempengaruhi *in-app purchase intention* adalah *addiction* dan *loyalty*. Selanjutnya peneliti juga memberikan saran setelah melakukan penelitian ini, peneliti berharap agar saran yang diberikan dapat membantu Mobile Legends: Bang Bang dalam meningkatkan *loyalty* dan *in-app purchase intention* dan juga untuk penelitian berikutnya. Berikut adalah saran-saran yang peneliti berikan:

### 5.2.1 Saran bagi Perusahaan

Berikut adalah saran peneliti untuk Mobile Legends: Bang Bang dalam meningkatkan variabel yang memiliki pengaruh terhadap *loyalty* dan *in-app purchase intention* dalam penelitian ini:

## 1. *Playfulness*

- a. Mobile Legends: Bang Bang perlu meningkatkan kualitas grafis/visual dari *hero*, *skin*, *recall*, dan fitur *premium* agar jauh lebih *detail* dan nyata, sehingga dapat memberikan pengalaman bermain yang lebih menarik dan memuaskan.
- b. Sebagai Langkah awal dalam memulai meningkatkan kualitas grafis/visual, Mobile Legends: Bang Bang dapat membuat skin edisi *top global* dengan *detail* dan grafis yang lebih bagus dari skin-skin lainnya. Skin ini dilengkapi dengan musik eksklusif dan adanya tampilan map khusus ketika menggunakan *skin* tersebut. Hal ini akan membuat pemain menjadi bermain terus menerus, sehingga loyal dan kompetitif untuk mencapai top global leaderboard agar mendapatkan skin eksklusif tersebut.
- c. MOONTON juga dapat menambah atau memberikan hukuman yang lebih tegas bagi pemain yang sering melakukan perilaku AFK (*Away From Keyboard*) atau meninggalkan permainan ketika sedang berjalan yang membuat adanya ketidak seimbangan dalam jumlah pemain yang sedang bertarung. Hukuman yang diberikan perlu diperlama mencapai lebih dari 12 jam bagi pemain yang sering melakukan AFK sama seperti gim MOBA Wild Rift. Hal ini perlu dilakukan agar dapat menjaga rasa senang pemain ketika bermain Mobile Legends: Bang Bang, sehingga pemain dapat menghilangkan rasa bosan, dan melepaskan stress.

## 2. *Good Price*

- a. Dalam meningkatkan harga untuk fitur *premium* yang lebih ekonomis, MOONTON perlu memberikan *voucher* potongan untuk pembelian fitur *premium* ketika pemain melakukan *top up diamond* setiap bulannya agar pemain dapat loyal untuk melakukan *top up diamond* setiap bulan.
- b. MOONTON dapat meningkatkan *loyalty* melalui *trading skin event* yang dimana pemain bisa menukarkan skin yang mereka punya dengan skin lainnya ketika mereka berhasil memenangkan MCL (*MLBB Champhioship league*) yang diadakan pada setiap sabtu

(memaksimalkan fitur yang sudah dimiliki Mobile Legends: Bang Bang). Pada *trading event* ini, pemain dapat menukarkan skin yang memiliki nilai sama atau menukar dengan menambah *diamond* yang kurang. Dari *event* ini pemain bisa mendapatkan fitur dengan harga yang lebih terjangkau serta mereka akan lebih loyal untuk berkompetitif pada MCL.

- c. MOONTON dapat meningkatkan *loyalty* dengan membuat *charity event* jika terjadi bencana atau memang dikhususkan untuk golongan tertentu yang membutuhkan. *Charity event* akan berlangsung dengan cara memberikan donasi berupa 5% - 10% uang yang dihasilkan dari pembelian *diamond* selama *event* ini berlangsung. Hal ini dapat membangun loyalitas kepada Mobile Legends: Bang Bang karena pemain di Indonesia yang memiliki kebiasaan untuk membagi-bagi jumlah uang mereka untuk melakukan *top up* pada beberapa gim yang mereka mainkan, akan membuat mereka untuk berfokus *top up* pada Mobile Legends: Bang Bang karena mereka tahu hasil *top up* mereka akan berguna juga untuk orang lain yang membutuhkan.

### 3. *Addiction*

- a. MOONTON dapat membuat hadiah khusus kepada top 100 pada *global leaderboard* setiap seasonnya dan menentukan tujuan baru bagi pemain yang sudah memiliki *hero* dan *emblem* yang maksimum. Hadiahnya dapat berupa *diamond* gratis, misalnya untuk *top global rank* pertama mendapatkan 5000 *diamond*, kedua 4000 *diamond*, ketiga 3000, keempat sampai kesepuluh 2000 *diamond*, kesebelas sampai ke limapuluh 1500 *diamond* dan kelimapoluh satu sampai seratus mendapat 1000 *diamond*.
- b. MOONTON dapat membuat hadiah baru juga ketika pemain sudah berhasil melengkapi seluruh *hero* dan *emblem* pada Mobile Legends: Bang Bang. Hadiah ini dapat berupa *voucher* bonus *diamond* ketika melakukan *top up diamond* agar dapat menambah *in-app purchase intention* pada pemain Mobile Legends: Bang Bang.

#### 4. *Loyalty*

- a. MOONTON dapat membuat *loyalty event* untuk meningkatkan *in-app purchase intention*. Event ini dapat dibuat dalam bentuk *stamp collection* selama 30 hari tanpa terputus dan pada hari terakhirnya terdapat item-item *premium* yang akan dirandom dalam bentuk *spin wheel* yang bisa diputar sebanyak 5 kali dengan harga 50 diamond. Hal ini akan membuat pemain loyal karena selalu mengingat Mobile Legends: Bang Bang agar streaknya tidak terputus dan bisa mendapatkan fitur *premium* dengan harga yang lebih murah jika beruntung.
- b. *Loyalty event* yang kedua adalah *point reward event*. MOONTON dapat memberikan *point* yang dikemudian hari dapat ditukarkan dengan item-item *premium* pada Mobile Legends: Bang Bang. *Point* ini bisa didapatkan melalui *top up* agar pemain dapat merasa dihargai dan dapat terus loyal dalam melakukan *top up* pada Mobile Legends: Bang Bang.

#### 5.2.2 Saran bagi Peneliti Selanjutnya

1. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti memberi saran agar penelitian berikutnya dapat mencakup wilayah yang lebih luas, karena pada penelitian ini, mayoritas responden peneliti berasal dari JABODETABEK. Sedangkan menurut Willy (2021), jumlah pemain Mobile Legends: Bang Bang tersebar pada pulau Jawa dengan 52%, pulau Sumatra dengan 29.38%, Kalimantan dengan 7.41%, Sulawesi dengan 6.29%, Bali dengan 3.73%, dan Papua dengan 0.54%. Jawa dengan persentase terbesar masih tersebar pada beberapa daerah diluar JABODETABEK, yaitu Yogyakarta, Bandung, Surabaya, dan Semarang.
2. Penelitian selanjutnya juga dapat memfokuskan penelitian pada jenis kelamin yang lebih spesifik, seperti hanya berfokus pada pria atau perempuan agar perilaku pembelian dapat lebih spesifik dan *game developer* dapat membuat strategi yang lebih spesifik untuk setiap gamenya.
3. Dalam penelitian ini, penelitian hanya menggunakan variabel penelitian yang sesuai dengan jurnal utama yaitu Widodo & Balqiah (2020). Variabel yang digunakan adalah *addiction*, *playfulness*, dan *good price* yang mempengaruhi

*loyalty* dan *in-app purchase intention*. Saran dari peneliti untuk penelitian berikutnya untuk menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi *loyalty* dan *in-app purchase intention* seperti *connectedness*, *reward*, dan *access flexibility*.

4. Untuk penelitian berikutnya, model penelitian yang digunakan peneliti dapat digunakan untuk *online mobile game* lainnya yang menggunakan *in-app purchase* sebagai salah satu sumber *revenue game developer*, seperti Clash of Clans, Free Fire, Arena of Valor, dan Wild Rift. Hal ini akan berguna untuk memperdalam mengenai faktor yang akan mempengaruhi pemain dalam melakukan pembelian dalam aplikasi *mobile game*.
5. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis structural equation model (SEM). Oleh karena itu, pada penelitian berikutnya peneliti menyarankan untuk menggunakan metode analisis lainnya yaitu regresi, CFA, atau Conjoint Analysis.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA