

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat pengaruh *enjoyment*, *social value*, *quality*, *economic value*, *continued use intention* dan *purchase intention* terhadap pemain *mobile game* Pokemon Unite. Dengan merujuk pada hasil analisis yang menggunakan metode SEM-PLS, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Enjoyment* memiliki pengaruh positif terhadap *Continued Use Intention* pada *mobile game* Pokemon Unite. Hal tersebut dikarenakan pengalaman bermain yang menyenangkan memberikan pemain kepuasan dan kegembiraan yang mendalam. Sedangkan, jika pemain tidak merasa senang dan puas selama bermain, kemungkinan besar mereka tidak akan memiliki keinginan untuk terus menggunakan *mobile game* Pokemon Unite. Mengartikan bahwa semakin tinggi variabel *Enjoyment*, maka semakin tinggi pula *Continued Use Intention* pemain dalam bermain *mobile game* Pokemon Unite.
2. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Enjoyment* dan *In-App Purchase Intention* pada *mobile game* Pokemon Unite. Responden merasa bahwa tidak diperlukan pengeluaran uang untuk meraih kemenangan. Menurut mereka, keahlian dalam bermain dan memiliki rekan satu tim yang kompak dan aktif dalam permainan dapat memberikan peluang yang adil untuk memenangkan gim tanpa bantuan *item* berbayar. Sedangkan, gim lain mempengaruhi nilai gim secara negatif dengan menciptakan rintangan dan kesenjangan buatan dalam gim agar mendorong terjadinya pembelian *item* dalam gim.
3. *Social Value* memiliki pengaruh positif terhadap *Continued Use Intention* pada *mobile game* Pokemon Unite. Hal tersebut dikarenakan pencapaian permainan, kemahiran bermain, dan loyalitas terhadap gim dapat meningkatkan citra diri sosial mereka di mata sesama pemain. Jika pemain tidak dapat meningkatkan citra diri sosial mereka, bisa jadi karena

kurangnya prestasi yang diakui, kemampuan bermain yang kurang memadai, atau ketidaksetiaan terhadap gim, hal ini dapat menciptakan lingkungan di mana pemain merasa kurang terkoneksi dengan komunitas. Dalam hal ini, kehilangan hubungan atau pengakuan sosial dapat menyebabkan penurunan motivasi dan keinginan untuk melanjutkan bermain.

4. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Social Value* dan *In-App Purchase Intention* pada *mobile game* Pokemon Unite. Responden cenderung membuat keputusan pembelian mereka secara mandiri, tanpa banyak mempertimbangkan pandangan atau pengalaman yang dibagikan oleh komunitas atau teman-teman mereka. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa faktor *Social Value* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dalam konteks permainan Pokemon Unite.
5. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Quality* dan *Continued use intention* pada *mobile game* Pokemon Unite. Responden merasa bahwa ketidakseimbangan dalam fitur *matchmaking* yang belum optimal. Fitur *matchmaking* dalam permainan ini terlihat kurang berusaha untuk mencocokkan pemain berdasarkan tingkat atau keterampilan mereka. Sedangkan, gim lain telah berhasil menerapkan sistem *matchmaking* yang adil, dengan mempertimbangkan tingkat atau keterampilan pemain untuk menciptakan pengalaman bermain yang lebih seimbang. Oleh sebab itu, responden berpendapat bahwa *mobile game* Pokemon Unite masih memiliki kekurangan dalam segi pengalaman bermain yang seimbang.
6. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Quality* dan *In-App Purchase Intention* pada *mobile game* Pokemon Unite. Responden merasa kualitas *mobile* gim Pokemon Unite baik dari segi fungsionalitas, namun responden tidak melihat adanya kebutuhan tambahan atau manfaat yang cukup signifikan dalam melakukan pembelian dalam gim. Jika fitur atau item yang ditawarkan melalui *In-App Purchase* tidak dianggap unik atau

memberikan keunggulan yang signifikan dalam permainan, responden mungkin kurang termotivasi untuk melakukan pembelian meskipun kualitas umum dari permainan dianggap baik.

7. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Economic Value* dan *Continued Use Intention* pada *mobile game* Pokemon Unite. Hal tersebut terjadi karena lebih fokus pada aspek-aspek non-monetaris dari permainan, seperti pengalaman bermain yang menyenangkan, tantangan, atau keterlibatan dengan komunitas.
8. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Economic Value* dan *In-App Purchase Intention* pada *mobile game* Pokemon Unite. Hal tersebut terjadi karena lebih tertarik pada *reward* atau keuntungan yang bisa diperoleh melalui pencapaian dalam permainan daripada melalui pembelian, hal ini dapat mengurangi signifikansi nilai ekonomi dalam keputusan pembelian.
9. *Continued Use Intention* memiliki pengaruh positif yang signifikan dan *Purchase Intention* pada *mobile game* Pokemon Unite. Hal tersebut dikarenakan *mobile gim* Pokemon Unite dianggap layak untuk terus dimainkan karena adanya pembaruan karakter Pokemon, yang menciptakan ekspektasi dan antisipasi di antara pemain. Pemain *mobile game* Pokemon Unite bersedia untuk melakukan pembelian agar dapat segera menggunakan karakter baru yang diinginkan dan mendapatkan keunggulan tertentu dalam permainan. Sedangkan, jika pemain tidak ada konten baru yang membuat pemain tertarik, kemungkinan niat membeli juga akan menurun. Pemain mungkin kurang termotivasi untuk melakukan pembelian dalam game jika tidak ada pembaruan yang memberikan nilai tambah atau keunggulan tertentu.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan dari studi yang telah dilaksanakan, penulis memiliki beberapa rekomendasi atau saran agar penelitian ini dapat memberikan manfaat

bagi perusahaan terkait dan peneliti masa depan yang tertarik untuk menyelidiki fenomena dan topik serupa. Berikut merupakan saran yang dianjurkan:

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi Timi Studio Group dan The Pokemon Unite Company, selaku *game developer* Pokemon Unite. Saran meliputi:

1. Peneliti menyarankan Timi Studio Group dan The Pokemon Unite Company, selaku *game developer* Pokemon Unite untuk fokus pada membenahan sistem *matchmaking*. Sistem *matchmaking* yang adil akan memberikan pengalaman bermain yang menyenangkan bagi para pemain.
2. Peneliti menyarankan Timi Studio Group dan The Pokemon Unite Company, selaku *game developer* Pokemon Unite untuk mendorong pemain Pokemon Unite untuk berpartisipasi dalam kegiatan seperti turnamen. Hal ini akan membantu meningkatkan kepuasan pemain dan mendorong mereka untuk terus berpartisipasi dalam game bersama teman.
3. Peneliti menyarankan Timi Studio Group dan The Pokemon Unite Company, selaku *game developer* Pokemon Unite untuk meningkatkan inovasi dalam peluncuran berbagai karakter Pokemon untuk memastikan keunikan dan memberikan keunggulan yang dapat memotivasi pemain untuk melakukan pembelian dalam gim

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

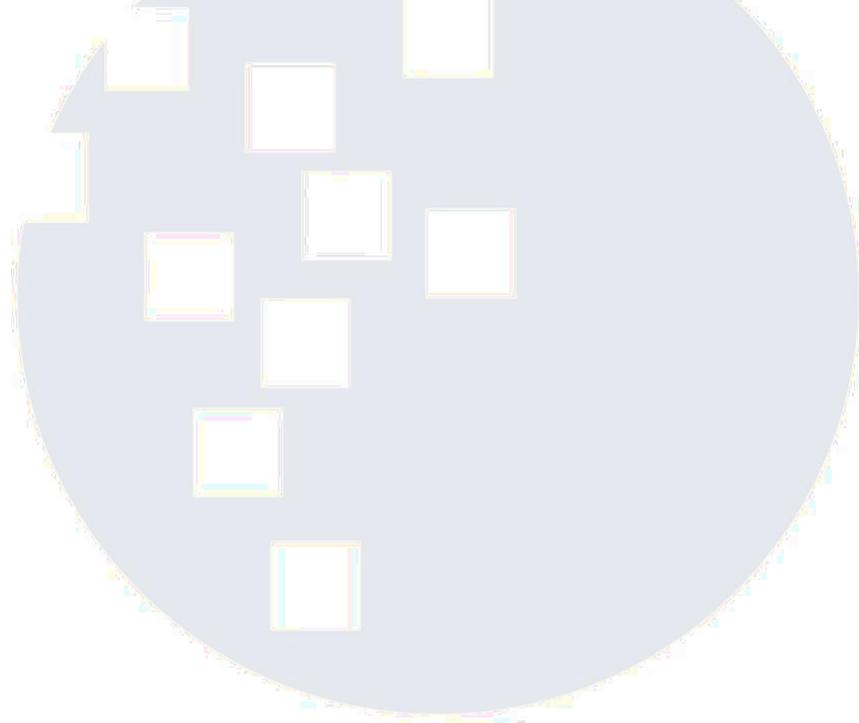
Peneliti memiliki saran untuk peneliti selanjutnya, yaitu:

1. Meninjau ulang hipotesis dua, yaitu pengaruh *enjoyment* terhadap *in-app purchase intention* pada *mobile game* Pokemon Unite. Hipotesis perlu ditinjau ulang karena hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan.
2. Meninjau ulang hipotesis empat, yaitu pengaruh *social value* terhadap *in-app purchase intention* pada *mobile game* Pokemon Unite. Hipotesis perlu

ditinjau ulang karena hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan.

3. Meninjau ulang hipotesis lima, yaitu pengaruh *quality* terhadap *continued use intention* pada *mobile game* Pokemon Unite. Hipotesis perlu ditinjau ulang karena hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan
4. Meninjau ulang hipotesis enam, yaitu pengaruh *quality* terhadap *in-app purchase intention* pada *mobile game* Pokemon Unite. Hipotesis perlu ditinjau ulang karena hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan.
5. Meninjau ulang hipotesis tujuh, yaitu pengaruh *economic value* terhadap *continued use intention* pada *mobile game* Pokemon Unite. Hipotesis perlu ditinjau ulang karena hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan.
6. Meninjau ulang hipotesis delapan, yaitu pengaruh *economic value* terhadap *in-app purchase intention* pada *mobile game* Pokemon Unite. Hipotesis perlu ditinjau ulang karena hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan.
7. Meninjau kriteria *screening* dengan fokus meneliti pemain Pokemon Unite yang bermain menggunakan *smartphone*, lalu masih memainkan gim dalam jangka waktu satu bulan terakhir dan belum pernah melakukan pembelian item apapun dalam aplikasi gim Pokemon Unite agar penelitian lebih sesuai dengan konteks dan pertanyaan penelitian yang diajukan.
8. Penelitian ini menggunakan sampel sebesar 109 responden, yang mungkin tidak cukup untuk menggambarkan populasi yang lebih luas. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya dapat meningkatkan jumlah sampel yang diteliti untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat.
9. Dengan merujuk pada studi yang dilakukan oleh Hsiao & Chen (2016) yang membahas tentang “*What drives in-app purchase intention for mobile games? An examination of perceived values and loyalty,*” penulis merekomendasikan untuk mengadakan penelitian yang berkaitan dengan

reward terhadap yang diberikan dalam *mobile game* Pokemon Unite. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi apakah *free item experience* menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pemain dalam melakukan *In-app purchase* dalam *mobile game* Pokemon Unite.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA