

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Effort Expectancy*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment*, dan *Perceived Attractiveness* terhadap *Game Loyalty Intention* pada permainan *Lethal Company*. Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Effort Expectancy* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Game Loyalty Intention*. Kemudahan memahami dan memainkan *Lethal Company* tidak menjadi faktor utama dalam menentukan loyalitas pemain. Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam *gameplay* tidak selalu berkorelasi dengan loyalitas pemain terhadap *game* tersebut
2. *Perceived Usefulness* terbukti memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Game Loyalty Intention*. Semakin besar manfaat yang dirasakan pemain dari *game* ini, semakin tinggi loyalitas mereka. Manfaat yang dirasakan, baik secara *personal* maupun dalam pengalaman bermain, menjadi faktor penting dalam mempertahankan loyalitas pemain
3. *Perceived Enjoyment* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Game Loyalty Intention*. Tingkat kesenangan yang dirasakan pemain saat bermain memberikan kontribusi yang penting terhadap loyalitas mereka terhadap *game*
4. *Perceived Attractiveness* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap

Game Loyalty Intention. Daya tarik *visual* dan estetika dari *Lethal Company* tidak cukup untuk memengaruhi loyalitas pemain secara signifikan

5. Secara simultan, keempat variabel independen ini memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *Game Loyalty Intention*, dengan kontribusi sebesar 39,6% (*Adjusted R*² = 0,396). Sisanya, sebesar 60,4%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diuji dalam penelitian ini

Dari hasil penelitian, *Perceived Usefulness* dan *Perceived Enjoyment* adalah dua variabel yang paling berpengaruh terhadap loyalitas pemain, sehingga aspek-aspek ini perlu menjadi fokus utama pengembangan *game*.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Manajerial

Sebagai bagian dari upaya untuk mempertahankan loyalitas pemain dan meningkatkan daya saing *Lethal Company* di industri *game* yang kompetitif, penelitian ini menyajikan beberapa saran manajerial yang dapat diimplementasikan oleh pengembang. Saran-saran ini didasarkan pada temuan penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi *Game Loyalty Intention*, seperti *Perceived Usefulness* dan *Perceived Enjoyment*. Dengan menerapkan rekomendasi ini, pengembang diharapkan dapat menciptakan pengalaman bermain yang lebih menarik dan bermakna bagi pemain, serta meningkatkan daya tarik *game* secara keseluruhan. Berikut adalah saran-saran manajerial yang disusun berdasarkan temuan penelitian:

1. Meningkatkan *Perceived Usefulness*. Pengembang *game Lethal Company*

disarankan untuk menambahkan fitur-fitur yang memberikan manfaat nyata bagi pemain, seperti tantangan berbasis keterampilan yang dapat meningkatkan kemampuan *problem-solving* atau mode permainan yang membantu meningkatkan koordinasi dalam tim. Fitur-fitur ini dapat meningkatkan persepsi pemain bahwa waktu yang dihabiskan dalam *game* memiliki nilai produktif

2. Memaksimalkan *Perceived Enjoyment*. Untuk memperkuat elemen kesenangan dalam bermain, pengembang dapat menambahkan mode permainan baru, peningkatan cerita, atau variasi tantangan yang dinamis. Selain itu, mengadakan *event* dalam *game* dengan hadiah menarik juga dapat meningkatkan antusiasme pemain
3. Mengelola Loyalitas Pemain. Karena *Game Loyalty Intention* dipengaruhi oleh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Enjoyment*, pengembang perlu fokus pada pemeliharaan keterlibatan pemain. Salah satu caranya adalah dengan menciptakan konten tambahan atau ekspansi berkala yang sesuai dengan preferensi pemain saat ini, serta menyediakan insentif khusus bagi pemain yang terus aktif
4. Memperhatikan *Feedback* Pemain. Untuk menghadapi tantangan menurunnya jumlah pemain setelah masa *hype*, pengembang disarankan untuk secara rutin mengumpulkan masukan dari komunitas pemain, baik melalui survei maupun interaksi langsung di media sosial

5.2.2 Saran Untuk Pengembang Game

Berdasarkan hasil penelitian, berikut beberapa saran yang dapat diimplementasikan oleh pengembang game Lethal Company untuk meningkatkan loyalitas pemain:

1. Penting bagi pengembang untuk memperkuat persepsi manfaat permainan (*Perceived Usefulness*), karena variabel ini terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pemain. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah menambahkan elemen edukatif atau fitur kolaboratif yang dapat melatih keterampilan pemain, seperti pemecahan masalah atau kerja sama tim. Selain itu, pengembang juga dapat mengintegrasikan sistem penghargaan berupa *in-game currency* atau item langka yang memberikan insentif tambahan bagi pemain. Dengan memperjelas nilai tambah yang dapat diperoleh pemain, loyalitas terhadap game dapat ditingkatkan sistem penghargaan berupa *in-game currency* atau *item* langka yang memberikan insentif tambahan bagi pemain. Dengan memperjelas nilai tambah yang dapat diperoleh pemain, loyalitas terhadap game dapat ditingkatkan
2. Aspek *visual* permainan perlu mendapatkan perhatian serius, walaupun variabel *Perceived Attractiveness* tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas pemain. Pengembang tetap perlu memperbarui kualitas grafis dengan teknologi yang lebih *modern*, menambahkan elemen *visual* yang lebih menarik, serta menciptakan suasana horor yang lebih imersif melalui pencahayaan dinamis, efek *visual* seperti kabut dan bayangan, serta desain karakter yang lebih memukau. Dengan demikian, pengalaman *visual*

pemain tidak akan kalah terhadap *game* bertema *horror* lainnya

3. Dari sisi kesenangan bermain (*Perceived Enjoyment*), pengembang sebaiknya menambahkan variasi *gameplay* yang menarik, seperti *level* baru dengan tantangan berbeda, mode permainan alternatif, atau cerita yang lebih mendalam. Fitur interaksi sosial, seperti mode baru atau komunitas *in-game*, juga dapat meningkatkan pengalaman bermain yang lebih menyenangkan dan interaktif. Elemen-elemen ini akan menjaga minat pemain serta memberikan pengalaman yang lebih kaya selama bermain
4. Walaupun tingkat kesulitan (*Effort Expectancy*) tidak berpengaruh terhadap loyalitas pemain, tingkat kesulitan dalam permainan juga perlu ditingkatkan untuk menjaga tantangan bagi pemain, karena beberapa responden merasa permainan ini terlalu mudah. Pengembang dapat menambahkan musuh dengan kecerdasan buatan (*Ai*) yang lebih kompleks, misi yang memerlukan strategi, atau bahkan mode permainan dengan tingkat kesulitan berbeda untuk memberikan pengalaman yang lebih beragam. Dengan mengimplementasikan saran-saran ini, *Lethal Company* diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pemain dan bersaing lebih baik di pasar *game*, terutama dalam *game* bergenre *horror*

5.2.3 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

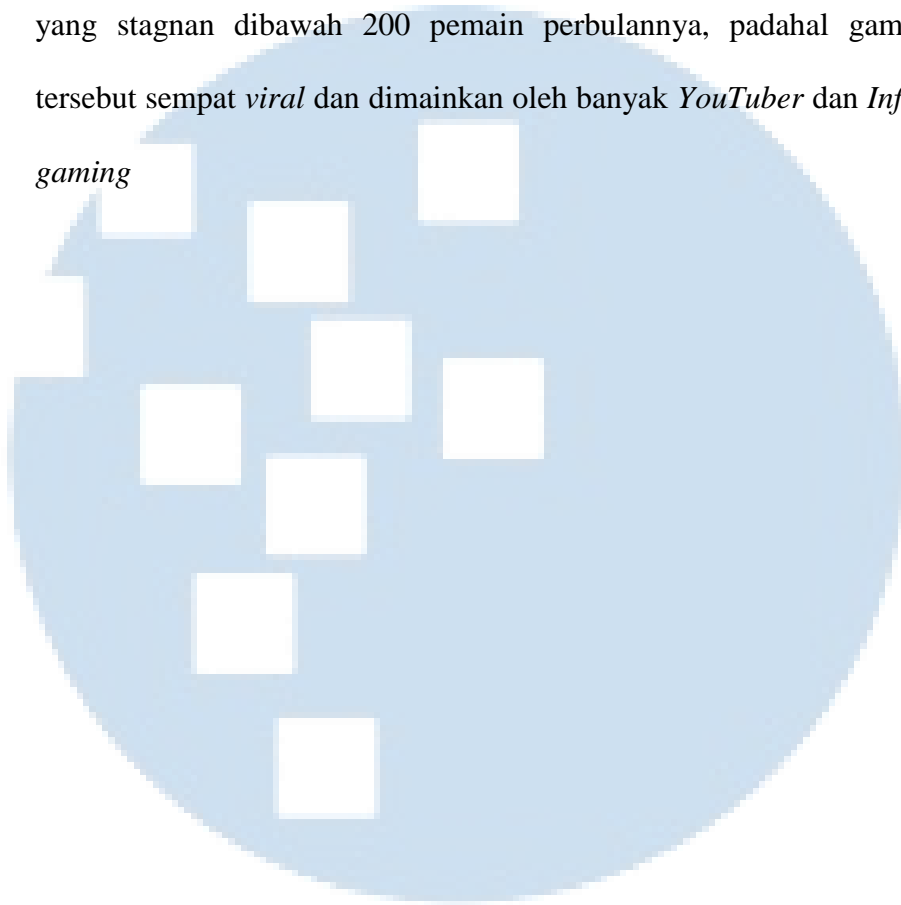
Penelitian ini memberikan gambaran yang penting mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pemain terhadap *game Lethal Company*, namun masih terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan untuk penelitian selanjutnya.

1. Penelitian ini hanya menguji empat variabel independen, yaitu *Effort Expectancy*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Enjoyment*, dan *Perceived Attractiveness*. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk mempertimbangkan variabel lain yang mungkin berpengaruh, seperti *Perceived Trust*, *Intensity*, *Brand Image*, *Perceived Cost*, atau *Self-Efficacy*, yang berdasarkan penelitian sebelumnya memiliki potensi untuk memengaruhi loyalitas pemain dalam konteks *game*. Penambahan variabel-variabel ini dapat memberikan wawasan lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang membentuk loyalitas pemain terhadap *game* horor seperti *Lethal Company*
2. Penelitian ini memiliki responden yang mayoritas berasal dari usia dewasa muda dan berfokus pada pemain yang telah berhenti memainkan *game* dalam satu bulan terakhir. Penelitian selanjutnya bisa memperluas sampel dengan menguji pemain yang masih aktif bermain atau bahkan melibatkan kelompok usia yang lebih beragam untuk melihat apakah terdapat perbedaan persepsi mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas. Penelitian dengan kelompok pemain yang lebih beragam dapat memperkaya temuan dan memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas dalam konteks permainan *multiplayer horror*
3. Dalam penelitian ini, kuesioner disebar di salah satu komunitas *Discord* *gamer* terbesar di Indonesia yaitu *Motion Ime*. Namun, banyak responden yang memberikan jawaban yang tidak akurat, yang memengaruhi kualitas

data yang dikumpulkan. Sebagai akibatnya, peneliti terpaksa menghapus beberapa jawaban yang tidak *valid* untuk mencegah distorsi serta mempercepat proses dalam analisis data. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memilih tempat pengumpulan responden yang lebih selektif. Penggunaan platform atau forum yang lebih terkontrol dan lebih sesuai dengan tema *game* yang diteliti, seperti komunitas yang berfokus pada *game* horor atau platform survei khusus, dapat mengurangi kemungkinan mendapatkan jawaban yang tidak akurat

4. Memperluas cakupan dengan menggunakan metode kualitatif, seperti wawancara mendalam atau diskusi kelompok, untuk menggali lebih dalam alasan-alasan subjektif pemain dalam menentukan loyalitas mereka terhadap *game*. Metode kualitatif dapat membantu untuk mendapatkan pemahaman yang lebih kaya tentang pengalaman pemain yang tidak tercakup dalam penelitian kuantitatif ini
5. Penelitian ini hanya berfokus pada *Lethal Company*, yang merupakan *game* horor, penelitian selanjutnya bisa menguji faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas dalam berbagai genre *game* lainnya untuk membandingkan apakah variabel yang diuji di penelitian ini memiliki pengaruh yang sama atau berbeda pada jenis *game* yang lain. Seperti *Fall guys*, *Stumble Guys*, *Pacify*, *Chained Together*, dan *Deducto*. Peneliti menyarankan untuk meneliti *game-game* tersebut karena memiliki kasus yang mirip dengan *game Lethal Company*. yaitu terdapat penurunan jumlah *player* secara drastis. Bahkan beberapa diantaranya memiliki jumlah *player*

yang stagnan dibawah 200 pemain perbulannya, padahal game-game tersebut sempat *viral* dan dimainkan oleh banyak *YouTuber* dan *Influencer gaming*



UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA