



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

Pada penelitian ini hasil analisis data dengan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) menunjukkan bahwa data pada penelitian ini tidak memiliki kecocokan dengan model yang diajukan. Namun untuk model pengukuran seluruh indikator memiliki kriteria valid dan seluruh variabel memiliki reliabilitas atau konsistensi pengukuran yang baik.

Berdasarkan model struktural dari delapan hipotesis penelitian yang diajukan ternyata tidak semuanya sesuai dengan hasil temuan dari Kim *et al.* (2011). Sehingga hasil dari model struktural tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Price utility* memiliki pengaruh terhadap *intention to purchase*. Pemain LOL melihat harga dari *champions* yang ditawarkan masih sesuai dengan kemampuan para pemain dalam membayar karena mayoritas responden hanya mau mengeluarkan biaya dibawah Rp300.000 per tahun untuk membeli *digital item*.
2. *Functional quality* tidak memiliki pengaruh terhadap *intention to purchase*. Hal ini menunjukkan bahwa para pemain tidak menganggap perbedaan antara *status champions* yang berbayar dan tidak terlalu signifikan sehingga tidak memotivasi untuk melakukan pembelian *champions*.
3. *Aesthetics* tidak memiliki pengaruh terhadap *intention to purchase*. Hal ini menunjukkan bahwa tampilan visual atau desain dari *champions*

LOL berbayar tidak memotivasi para pemain untuk melakukan pembelian *champions* berbayar.

4. *Playfulness* tidak memiliki pengaruh terhadap *intention to purchase*. Hal ini menunjukkan bahwa pemain tidak melihat dengan membeli *champions* berbayar dapat menjadikan bermain lebih menyenangkan.
5. *Social self-image expression* memiliki pengaruh terhadap *intention to purchase*. Pemain LOL merasa dengan menggunakan *champions* yang berbayar dapat meningkatkan citra diri di antara para pemain lain sehingga ketika menggunakan *champions* berbayar mereka merasa diperhatikan oleh pemain lain.
6. *Social relationship support* tidak memiliki pengaruh terhadap *intention to purchase*. Hal ini menunjukkan bahwa pemain LOL tidak menganggap ketika menggunakan *champions* berbayar dapat menambah teman baru sehingga *social relationship support* tidak memiliki pengaruh.
7. *Functional quality* memiliki pengaruh terhadap *social self-image expression*. Semakin bagus status dari sebuah *champions* maka dapat meningkatkan kemampuan *champions* tersebut dalam permainan sehingga apabila *champions* tersebut memiliki kemampuan di atas *champions* lainnya, pemain lain dapat memandang seorang *gamer* yang menggunakan *champions* berbayar yang memiliki status atau *stats* yang bagus sebagai pemain yang memiliki kemampuan bermain di atas pemain lainnya.

8. *Aesthetics* memiliki pengaruh terhadap *social self-image expression*. Artinya bahwa semakin bagus atau unik penampilan atau desain dari *champions* berbayar dapat meningkatkan citra diri seorang pemain LOL.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis dari hasil penelitian yang sudah dipaparkan sebelumnya, penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi *League of Legends*, 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 menunjukkan bahwa *Intention to Purchase* dipengaruhi oleh *Price Utility* dan *Social Self-Image Expression*. Sedangkan *Functional Quality*, *Aesthetics*, *Playfulness*, dan *Social Relationship Support* tidak memiliki pengaruh terhadap *Intention to Purchase*. Maka saran yang dapat disampaikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya LOL menggabungkan pembayaran tersebut menjadi satu seperti apabila ingin membeli *champions* menggunakan IP dan IP kita tidak cukup, maka akan disediakan pilihan untuk mengisi RP sebesar dengan kekurangan IP tersebut sehingga tidak usah membeli RP seharga *champions*.

2. Agar menambah *value* pada *champions* berbayar sebaiknya LOL mengeluarkan *bundle* atau paket yang berisikan *champions* dan *skins*. Sehingga apabila membeli *bundle* tersebut sudah langsung mendapatkan *champions* dan *skins*.
3. LOL dapat memberikan “*free trial champions*” dimana pemain LOL dapat menggunakan beberapa *champions* berbayar yang telah disediakan secara gratis selama 24 jam. Tujuannya adalah agar pemain dapat merasakan menggunakan *champions* berbayar, enak atau tidaknya *champions* berbayar tersebut.
4. Sebaiknya LOL bekerja sama dengan media sosial dengan menyediakan pilihan tombol *share to social media* seperti Facebook, Twitter yang telah terhubung dengan akun media sosial pemain. Lalu pada saat membeli *champions* dan pemain menekan tombol “*share to* “ akan muncul di *timeline* media sosial yang ditunjuk pemberitahuan atau notifikasi bahwa pemain LOL tersebut telah membeli *champions* berbayar.
5. *League of Legends* dapat memberikan fitur baru yaitu pada saat pemain membeli *champions* tertentu seperti contoh telah membeli *champions* bernama Yasuo, maka akan muncul banner atau tulisan pada pertandingan di dalam *game* yang akan menampilkan *nickname* pemain tersebut yang menyatakan telah membeli *champions* sehingga bisa dilihat semua pemain yang sedang berada di dalam *game*.

6. Dari segi desain, *champions* yang berbayar sebaiknya desainnya lebih kompleks dibandingkan dengan *champions* yang gratis. Seperti pada bagian badan *champions* mungkin bisa ditambahkan semacam efek-efek. Dengan meningkatkan desain dari *champions* yang berbayar diharapkan dapat meningkatkan citra diri seorang pemain yang membeli *champions*.
7. *League of Legends* seharusnya membuat dua server yang berbeda, *casual* dan *competitive* dimana server *casual* ditujukan untuk pemain yang baru mencoba LOL dan menggunakan *champions* gratis dan *competitive* ditujukan untuk para pemain yang memiliki dan menggunakan *champions* berbayar.

5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini tentu masih memiliki berbagai keterbatasan, sehingga berdasarkan kesimpulan yang diperoleh maka penulis mengajukan saran untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya penulis melengkapi dengan *theory of consumption value* yang lain, karena pada penelitian ini, penulis telah menggunakan *functional value*, *emotional value*, dan *social value*.
2. Apabila penulis selanjutnya ingin meneliti dengan menggunakan variabel yang serupa disarankan untuk membandingkan dengan *game online* PC bergenre MOBA yang lain agar dapat dibandingkan dengan hasil penelitian ini dan dapat dilakukan pengembangan.

3. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mendapatkan hasil dari responden yang bukan mahasiswa atau pelajar. Karena pada penelitian ini, 81% dari total responden yang mengisi kuisisioner atau 138 responden merupakan mahasiswa atau pelajar.

