

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Setelah menganalisis data primer terhadap variabel-variabel yang bersangkutan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa dari sepuluh hipotesis yang diasumsikan oleh peneliti, hanya enam hipotesis yang diterima, yakni:

1. H1 menyatakan bahwa kompetensi karakter (*character competency*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli (*purchase intention*) barang virtual pada game *Mobile Legends Bang Bang* di Jabodetabek **diterima**.
2. H2 menyatakan bahwa nilai moneter (*monetary value*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli (*purchase intention*) barang virtual pada game *Mobile Legends Bang Bang* di Jabodetabek **diterima**.
3. H4 menyatakan bahwa dukungan hubungan sosial (*social relationship support*) mempengaruhi niat beli (*purchase intention*) barang virtual pada game *Mobile Legends Bang Bang* di Jabodetabek secara positif signifikan **diterima**.
4. H7 menyatakan bahwa nilai estetika (*aesthetics*) mempengaruhi niat beli (*purchase intention*) barang virtual pada game *Mobile Legends Bang Bang* di Jabodetabek secara positif signifikan **diterima**.

5. H9 menyatakan bahwa nilai estetika (*aesthetics*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekspresi citra diri sosial (*social self-image expression*) pada *game Mobile Legends Bang Bang* di Jabodetabek **diterima**.
6. H10 menyatakan bahwa nilai fungsional (*functional value*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap ekspresi citra diri sosial (*social self-image expression*) pada *game Mobile Legends Bang Bang* di Jabodetabek **diterima**.

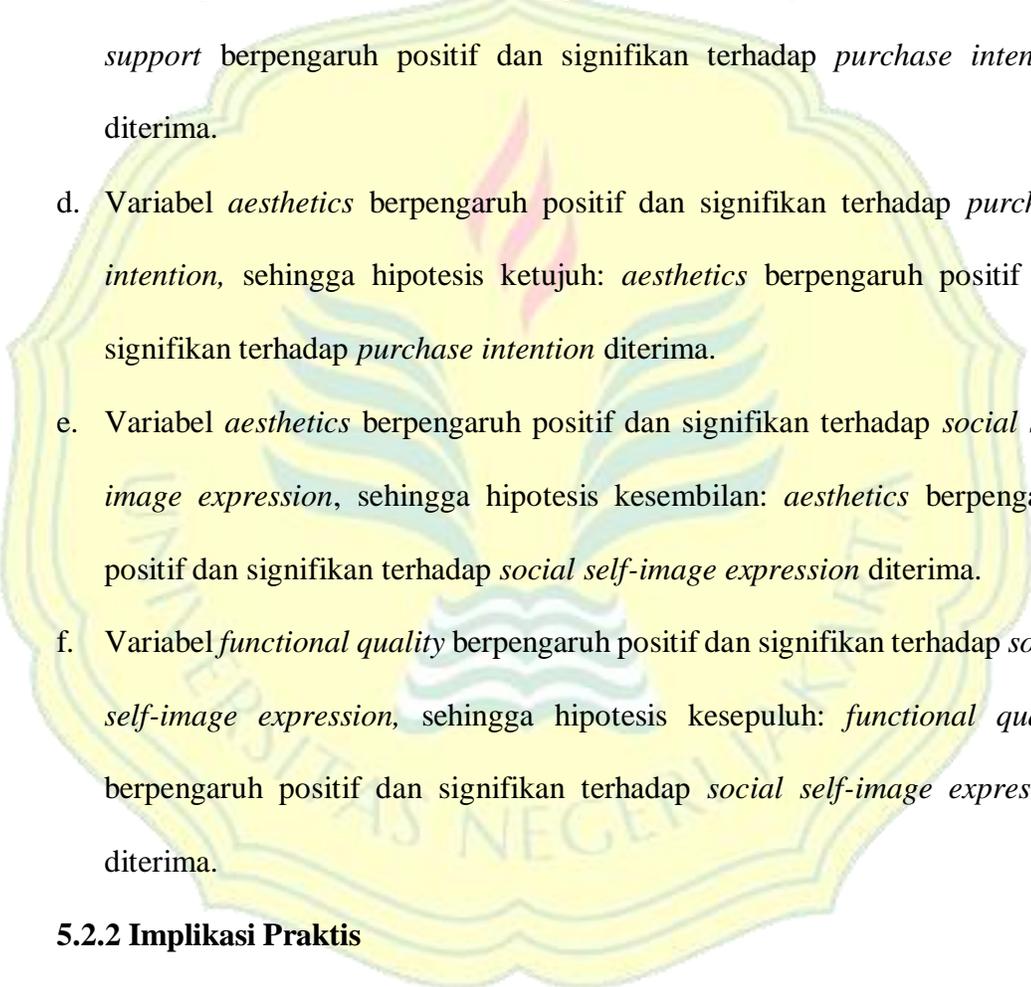
## 5.2 Implikasi

### 5.2.1 Implikasi Teoritis Penelitian

Setelah melakukan pengujian kesesuaian model melalui analisis SEM, maka hasil penelitian ini memiliki beberapa implikasi yang meningkatkan konsep model yang terdiri dari variabel-variabel yakni:

- a. Variabel *character competency* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, sehingga hipotesis pertama: *character competency* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* diterima.
- b. Variabel *monetary value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* sehingga hipotesis kedua: *monetary value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* diterima.

*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

- 
- c. Variabel *social relationship support* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, sehingga hipotesis keempat: *social relationship support* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* diterima.
- d. Variabel *aesthetics* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, sehingga hipotesis ketujuh: *aesthetics* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* diterima.
- e. Variabel *aesthetics* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *social self-image expression*, sehingga hipotesis kesembilan: *aesthetics* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *social self-image expression* diterima.
- f. Variabel *functional quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *social self-image expression*, sehingga hipotesis kesepuluh: *functional quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *social self-image expression* diterima.

### 5.2.2 Implikasi Praktis

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa *character competency*, *monetary value*, *social relationship support*, dan *aesthetics* berpengaruh terhadap *purchase intention*. *Aesthetics* dan *functional quality* berpengaruh terhadap *social self-image expression*. Oleh karena itu, berikut merupakan beberapa aspek yang perlu ditingkatkan oleh pihak pengembang *game Moonton* demi meningkatkan *game Mobile Legends Bang Bang*

a. Variabel *Character Competency*

Responden tertarik dengan barang-barang virtual yang dapat meningkatkan kekuatan karakter dan dapat meningkatkan permainan mereka dengan cepat. Alangkah baiknya pihak pengembang *Moonton* dapat memberikan sebuah sistem yang dapat meningkatkan kekuatan karakter tanpa harus menyelaraskannya dengan lamanya waktu bermain sehingga pemain tidak perlu banyak menghabiskan waktu dalam memaksimalkan *emblem fragment*. dan disaat bersamaan mendapatkan keadilan dalam permainannya. Hal ini dapat dilakukan dengan memperbaiki fitur *matchup* sesuai dengan level *emblem fragment* yang dimiliki

b. Variabel *Monetary Value*

Responden penelitian ini tertarik dengan barang-barang virtual yang bernilai dan memiliki utilitas harga yang baik atau sesuai dengan harganya. Namun beberapa barang-barang yang dijual memiliki sistem yang terkesan tidak berpihak pada pelanggan yang sudah membayar dan terkesan tidak transparan atas apa yang dijual (seperti *Lucky Box*). Alangkah baiknya pihak pengembang *Moonton* dapat bertindak lebih jujur dan jelas dalam menginformasikan *rate pull* dalam sebuah *event* kepada pemain. Hal ini dapat dilakukan dengan komunikasi dalam *game* yang lebih baik

sehingga pembeli mengetahui konsekuensi dari sistem *Lucky Box* disaat mereka mengikuti *event* serupa seperti *Lucky Box*.

c. Variabel *Social Relationship Support*

Responden penelitian ini tertarik dengan barang-barang virtual yang dapat mempererat hubungan sosial dengan pemain lain sekaligus dapat meningkatkan komunikasi diantaranya. Dalam hal ini, peran barang virtual berbentuk visual seperti *skin* sangatlah besar. Namun beberapa *skin* yang dijual tidak memperhatikan eksklusivitas sehingga membuat orang ragu dalam membelinya. Alangkah baiknya pihak pengembang *game Mobile Legends Bang Bang* memperhatikan eksklusivitas *skin* dengan tidak menjual kembali *skin* event sebelumnya dengan harga yang lebih murah. Pihak Moonton juga harus menjaga keamanan dalam *gamenya* agar pemain nakal tidak melakukan eksploitasi *bug* dalam sebuah *event*.

d. Variabel *Aesthetics*

Responden penelitian ini tertarik dengan barang-barang virtual yang enak untuk dipandang dan menarik bagi mereka. Sesuai hasil penelitian, nilai estetika juga dapat menumbuhkan kebanggaan tersendiri kepada kepemilikan sebuah barang virtual. Alangkah baiknya pihak pengembang *game Mobile Legends Bang Bang* melakukan survey opini pemain terhadap persepsi mereka tentang bagaimana *skin* yang menarik bagi mereka. Pihak Moonton dapat melakukan ini dengan meletakkan link *survey* tersebut dalam fitur

*message box* sehingga dapat mengetahui keinginan pemain. Hal ini dapat dicapai juga dengan melakukan kolaborasi dengan media-media terkenal seperti film dan *game* yang populer dikalangan pemain.

e. Variabel *Functional Quality*

Sesuai hasil penelitian, kualitas fungsional dari barang virtual juga dapat menumbuhkan kebanggaan tersendiri terhadap pemain. Namun beberapa skin masih memiliki *bug visual* sehingga membuat orang ragu dalam membelinya. Alangkah baiknya pihak pengembang *game Mobile Legends Bang Bang* menghindari adanya kecacatan visual agar tidak mengecewakan pemain yang membelinya. Pihak Moonton dapat melakukan ini dengan melakukan *alpha testing* (melakukan pengujian kualitas sebelum diimplementasikan) terhadap *skin* tersebut sehingga meminimalisir kecacatan visual disaat diluncurkan ke dalam pasar.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan yang dialami oleh peneliti yang dapat dijadikan pelajaran untuk diperhatikan oleh penelitian serupa di masa depan. Beberapa keterbatasan yang muncul dalam penelitian ini yakni :

1. Jumlah responden penelitian ini hanya 256 orang sehingga tidak bisa menyimpulkan atau menggambarkan fenomena yang sesungguhnya terjadi

2. Objek penelitian ini terfokus dalam satu *game* yakni *game Mobile Legends Bang Bang*. Judul *game* yang berbeda tentunya berpotensi untuk memberikan respon yang berbeda pula
3. Kuesioner dalam penelitian ini terkadang tidak dapat menunjukkan pendapat responden yang sesungguhnya karena respon yang diberikan hanya diwakili oleh beberapa pernyataan yang didasari oleh teori-teori sebelumnya. Perbedaan pemahaman dan kejujuran responden dalam pengisian kuesioner juga tidak bisa dikontrol sepenuhnya oleh peneliti.

#### **5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya**

Penelitian ini hanya mengobservasi sebanyak delapan variabel berdasarkan teori yang ada. Beberapa variabel lain dapat menjadi salah satu opsi untuk dijadikan variabel penelitian yang serupa di masa depan, variabel tersebut yakni variabel *visual authority value* yang diteliti oleh Park dan Lee (2011a), variabel *satisfaction with game* dan *character identification* yang diteliti oleh Ho dan Wu (2012), Wijaya dan Alamanda (2016), dan Sari dan Firdaus (2018), variabel *social influence* yang diteliti oleh Haryanto dan Sambe (2021), dan variabel yang berasal dari faktor irasional (*conspicuous, impulsive, addiction, habitual*), *effort expectancy* dan *performance expectancy* yang diteliti oleh Lee dan Park (2018).

Seperti yang dikemukakan oleh Ho dan Wu (2012:209) dan Febrianto dan Yessy (2019:476). peneliti juga merekomendasikan untuk meneliti *game* lain dari *genre* yang berbeda. *Game open-world rpg (role-playing game)* seperti *Genshin*

*Impact* dan *game first person shooter* seperti *PUBG Mobile* dan *Call of Duty* dapat dijadikan sebagai objek penelitian selanjutnya.



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*



*Mencerdaskan dan  
Memantabatkan Bangsa*