

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang telah diteliti oleh penulis, dengan mengumpulkan data dari 100 responden pemain PB dan data tersebut diolah menggunakan SPSS untuk setiap model penelitian, dengan demikian peneliti mendapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persentase dimensi dari variabel *Customer Experience* dengan persentase tertinggi merupakan dari dimensi *Emotional Experience*, persentase tersebut merupakan rekapitulasi variabel *customer experience*, dengan persentase sebesar 95.2%, sedangkan persentase terkecil *Sensory Experience* sebesar 88.49% dan *Social experience* memiliki nilai persentase sebesar 90.45%.

Hasil data yang telah diolah tersebut menunjukkan bahwa *Customer Experience* berpengaruh secara signifikan terhadap *Repurchase Intention*, karena dalam data tersebut menunjukkan bahwa *Customer Experience* berkontribusi R hitung sebesar 0.381 terhadap *Repurchase Intention*, yang berarti *Customer Experience* memiliki hubungan yang positif terhadap *Repurchase Intention*. Adapun terdapat hasil regresi linear sederhana yang menunjukkan bahwa *Customer Experience* dapat meningkatkan tingkat *Repurchase Intention* sebesar 0.372.

2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat *Repurchase Intention* pembelian *Cash PB* merupakan tinggi, dengan persentase tertinggi Minat Eksploratif sebesar 89.66%, Minat Prefensial sebesar 86.2%, Minat Referensial 85.4%, dan persentase terendah merupakan dimensi Minat Transaksional dengan persentase sebesar 81.8%.

Hasil korelasi kolektif pada setiap dimensi dalam variabel *Customer Experience* yaitu *Sensory Experience*, *Emotional Experience* dan *Social Experience* terhadap *Repurchase Intention* mendapatkan hasil bahwa secara kolektif dimensi tersebut memiliki korelasi secara signifikan, terdapat

hubungan dan berada pada kategori korelasi sedang, yaitu sebesar 0.381. Hasil tersebut merupakan hasil dari korelasi kolektif dari setiap dimensi dalam variabel *Customer Experience*.

3. Hasil Uji hipotesis dengan menggunakan Uji T untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Customer Experience* terhadap *Repurchase Intention* pada pembelian *Cash PB* merupakan $0.001 < 0.05$, yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima merupakan terdapat pengaruh dalam *Customer Experience* terhadap *Repurchase Intention* pembelian *Cash PB*.

6.2 Saran

Berdasarkan dari kesimpulan yang didapatkan di atas, peneliti memberikan saran kepada perusahaan developer *game PB* sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyarankan untuk perusahaan *PB* agar lebih sering melakukan *update* pada *Game PB*, seperti peningkatan grafis maupun *gameplay* yang diberikan, serta menyediakan paket *bundling* untuk harga *cash PB* tersebut untuk menambah tingkat pembelian ulang atau *Repurchase Intention* dari para pemain, serta untuk meningkatkan kembali persentase dari *Sensory Experience*. Developer dari *PB* tersebut harus memberikan *update* sesuai dari *feedback* yang diberikan oleh para Pemain *PB*, agar pemain *PB* tersebut tidak berpaling kepada *game* berjenis *FPS* yang lain, serta meningkatkan sasaran *Repurchase Intention Cash PB* di situs *PB* tersebut.
2. Berdasarkan dari hasil penelitian di atas, distribusi frekuensi variabel *Customer Experience* paling rendah merupakan *Sensory Experience* dengan persentase 88.49%, yang berarti kurangnya *sense* dari pemain *PB* terhadap *Game* tersebut. Saran dari penulis adalah *PB* harus memberikan *update* yang dapat meningkatkan daya *sensory* para pemain *PB* itu, seperti meningkatkan *update* suara yang dapat meningkatkan daya imajinasi pemain agar lebih terasa seperti sedang mendapatkan perang yang lebih *real*.
3. Berdasarkan hasil dari distribusi frekuensi variabel *Repurchase Intention* yang terendah adalah Minat Transaksional dengan persentase 81.8%. Saran penulis untuk perusahaan *game PB* tersebut adalah memberikan promo atau

diskon kepada para pemain PB yang hendak membeli *Cash* PB tersebut, agar para pemain tertarik untuk membeli kembali *Cash* di situs PB tanpa membandingkan harga di *marketplace* lain, serta untuk meningkatkan Minat Transaksional tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Rollings, E. A. (2012). *Fundamentals of Game Design*.
- Al-Munajjid, S. M. (2016). *The Epidemic of Electronic Games*. Solo: Aqwam.
- Ananta, P. (2009). Hubungan antara kecanduan online game dengan depresi. *Jurnal Mutiara Medika*, 51.
- Dagustani, A. D. (2012). Analisis Pengaruh Hubungan Customers Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cofe Gosip. *Jurnal Informatika dan Bisnis Indonesia*.
- Daniel, A. (2020, July 09). *Mulai 1 Agustus 2020, Baparekraf Game Prime Online Resmi Digelar!* . Diambil kembali dari duniaku: <https://duniaku.idntimes.com/geek/culture/aditya-daniel/mulai-1-agustus-2020-baparekraf-game-prime-online-resmi-digelar>
- F. Lemke, M. C. (2006). *What Makes a Great Customer Experience*. *Cranfield Customer Management Forum*.
- Henry, S. (2010). *Cerdas dan Game*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Keller, P. K. (2009). *Manajemen pemasaran jilid 1, edisi Ketiga belas*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran. Edisi 11 jiid 1*. Jakarta: PT Indeks.
- L. Schiffman, L. K. (2010). *Consumer Behavior. 10th Edition*. . New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Nasermoadeli, A. (2013). Evaluating the impacts of *Customer Experience* on purchase intention. . *International Journal of Business and Management*.
- Neumann, M. (2013). *Theory of Games and Economic Behavior*.
- Nugroho. (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Organisation of Economic Co-operation and Development. (2005). *Organisation of Economic Co-operation and Development Annual Report*. Diambil kembali dari OECD.com: oecd.com
- Prastyaningsih, A. S. (2014). Pengaruh *Customer Experience* terhadap *Repurchase Intention* (Niat Membeli Ulang). *Jurnal Manajemen Universitas Brawijaya*.

- Rajendra. (2019). *7 Alasan PB Garena Masih Bertahan Sampai Sekarang*. Diambil kembali dari gamebrott.com: <https://gamebrott.com/7-alasan-pb-garena-masih-bertahan-sampai-sekarang>
- Riduwan, A. (2013). *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Riki, Y. (2011). PENGARUH GAME ONLINE TERHADAP PERILAKU REMAJA Studi Kasus : 5 orang remaja pelaku Game Online di Kelurahan Air Tawar Barat, Kecamatan Padang Utara, Kota Padang.
- Sandjojo, N. (2011). *Metode Analisis Jalur (Path Analysis) dan Aplikasinya Cetakan Pertama*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Schmitt, B. H. (1999). *Experiential Marketing : How to get Customers to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company Brands*. . New York: The Free Press.
- Senjaya, V. (2013). Pengaruh *Customer Experience Quality* Terhadap Customer Satisfaction & Customer Loyalty di Kafe Excelso Tunjungan Plaza Surabaya. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN PETRA Vol. 1, No. 1*.
- Siska, W. F. (2012). Kecanduan Mahasiswa Terhadap Game Online. *SI Thesis Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Sugiyono. (2015). *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi Tiga*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2009). *Service Marketing: Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Marknesis.
- Y. A. Pramudita, E. J. (2013). Analisa pengaruh customer value dan customer experience terhadap customer satisfaction di De Kasteel resto Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol. 1, No. 1*.
- Yodiansyah, A. D. (2018, November 30). *Zepetto Ambil Alih Point Blank Indonesia*. Diambil kembali dari inigame.id: <https://www.inigame.id/point-blank-indonesia-zepetto/>
- Young, K. S. (2017). Internet Gaming Disorder in Children and Adolescents. *Pediatrics*.

Yun Y.W, L. L. (2003). *The Quest of Global Quality*. (diterjemahkan oleh Sutanto).
Jakarta: Pustaka Delaprasta.