

Bab 5

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang terdapat di bab 4 mengenai pengaruh atribut produk game FIFA dan Pro Evolution Soccer terhadap brand preference konsumen. Dapat disimpulkan beberapa hal berikut ini :

1. Atribut Produk

- *Gameplay*

Pada dimensi *gameplay*, responden lebih nyaman untuk memainkan game *FIFA* dibandingkan *Pro Evolution Soccer*, hal ini dikarenakan game *FIFA* memiliki tantangan-tantangan yang lebih sulit untuk responden lalui, selain itu variasi sepatu & bola yang terdapat di game *FIFA* lebih variatif dibandingkan dengan *Pro Evolution Soccer*.

- *Features*

Pada dimensi *features*, responden lebih memilih *FIFA* karena pemain-pemain yang terdapat di *FIFA* lebih lincah dibandingkan dengan yang ada di *Pro Evolution Soccer*, selain itu fitur bola yang lebih ringan yang terdapat di dalam *FIFA* membuat responden lebih nyaman untuk memainkannya. Begitu juga dengan mode-mode permainan yang terdapat di dalam *FIFA* membuat responden lebih tertarik untuk memainkannya.

- *License*

Pada dimensi *license*, responden lebih memilih *FIFA* karena lisensi klub & kompetisi yang terdapat lebih lengkap dibandingkan dengan *Pro Evolution Soccer*.

- *Graphics*

Pada dimensi *graphics*, responden lebih memilih *FIFA* karena kualitas gambar yang dihasilkan lebih bagus terutama pada detail-detail kecil seperti postur tubuh yang mirip dengan dunia nyata.

2. Brand Preference

Berdasarkan pembahasan dari variabel atribut produk, dapat disimpulkan bahwa responden lebih tertarik, menyukai, memilih, dan membeli game *FIFA* dibandingkan *Pro Evolution Soccer*. Hal ini dikarenakan game *FIFA* memiliki tantangan-tantangan yang lebih sulit untuk responden lalui. Selain itu, mode-mode permainan yang terdapat di dalam *FIFA* membuat responden lebih tertarik untuk

memainkannya. Responden lebih memilih *FIFA* karena lisensi klub & kompetisi yang terdapat lebih lengkap dibandingkan dengan *Pro Evolution Soccer*. responden lebih memilih *FIFA* karena kualitas gambar yang dihasilkan lebih bagus terutama pada detail-detail kecil seperti postur tubuh yang mirip dengan dunia nyata

5.2 Saran

Pada bagian saran, penulis akan memberikan saran agar masing-masing game dapat bertahan dan lebih berkembang dari sebelumnya. Berdasarkan hasil dan pembahasan yang sudah dijelaskan diatas, responden lebih memilih *FIFA* dibandingkan *Pro Evolution Soccer* sehingga pada bagian ini penulis hanya akan memberikan saran kepada *Pro Evolution Soccer*. Berikut adalah saran-saran yang penulis berikan kepada *Pro Evolution Soccer*.

- **Atribut Produk**

Atribut produk *Pro Evolution Soccer* dianggap responden tidak sebaik *FIFA* sehingga responden lebih memilih *FIFA*. Responden mengatakan bahwa gameplay *Pro Evolution Soccer* tidak menyenangkan *FIFA*. Lalu responden juga mengatakan bahwa *features* yang terdapat di *Pro Evolution Soccer* tidak semenarik yang ada di *FIFA*. Lalu responden juga mengatakan bahwa *license* klub dan kompetisi yang ada di *Pro Evolution Soccer* tidak lengkap dibandingkan dengan *FIFA*. Responden juga mengatakan bahwa *graphics Pro Evolution Soccer* tidak sebaik dibandingkan dengan *FIFA*.

Oleh Karena itu, *Pro Evolution Soccer* dapat memperbaiki gameplay yang ada dengan membuat permainan lebih menyenangkan untuk dimainkan dengan cara mengurangi tingkat kesulitan dari *game nya*. *Pro Evolution Soccer* juga dapat menambah *features* seperti mode-mode permainan yang lebih menarik & membuat konsumen lebih betah untuk memainkannya dalam waktu yang lama. Untuk *license* klub dan kompetisi, *Pro Evolution Soccer* harus lebih melengkapi lagi *license* klub-klub maupun kompetisi yang ada di *game nya*. Dan yang terakhir *Pro Evolution Soccer* harus memperbaiki lagi *graphics* terutama dalam detail-detail kecil seperti postur tubuh pemain yang mirip dengan dunia nyata.

Daftar Pustaka

Book

- Ardhanari, Margaretha. (2012). *Customer Satisfaction Pengaruhnya Terhadap Brand Preference dan Repurchase Intention Private Brand*. Fakultas Ekonomi & Bisnis Unika Widya Mandala
- Manap, Abdul 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Mitra. Wacana Media, Jakarta.
- Kusrianto, Adi (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset
- Bougie, & Sekaran. (2016). *Research Methods for Business: A skill Building Approach (7th. Ed.)*. New York: John Wiley & Sons
- Christian, Alvin, 2019. *Perbandingan Atribut Produk Game Arena Of Valor Dan Mobile Legends Di Game Dots Bandung Serta Pengaruhnya Terhadap Brand Preference*
- Darmayanti, Ni Ketut; JATRA, I Made. *Pengaruh Atribut Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Android Di Kabupaten Gianyar*.
- Dharmayana, I Made Arya; RAHANATHA, Gede Bayu. (2017). *Pengaruh Brand Equity, Brand Trust, Brand Preference, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Membeli Kembali*. Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"
- Fullerton, Tracy. (2008). *Game Design Workshop*. 2nd edition. USA: Elsevier
- Ginting, Nembah. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan kedua. Yrama Widya. Bandung.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono, Sri Rejeki. (1992) *Makalah Seminar di UMK Kudus*.
- Hellier, Phillip K., et al. (2003). *Customer Repurchase Intention: A General Structural Equation Model*. Vol.37

- Henry, Samuel (2010). *Cerdas dengan Game Panduan Praktis bagi Orangtua dalam Mendampingi Anak Bermain Game*. Yogyakarta: Kompas Gramedia.
- Johanna, Myrna. (2006). *Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang*. Tesis Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Keegan, Warren J, Sandra Moriarty, Tom Duncan. (1995). *Marketing*. New Jersey:
- Khoiruddin. (2017). *Pengaruh Atribut Produk dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Xiaomi di Bandar Lampung*. FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNILA
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen, 15th Edition*,. Pearson Education,Inc.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*,Jilid 1,. Erlangga, Jakarta.
- Newman, Christopher M. Maret 2013. "A License Is Not A "Contract Not To Sue":Disentangling Property and Contract in theLaw of Copyright Licenses." *Iowa Law Review*, Vol. 98
- Paramartha, Dya Ana, Edy Yulianto, Sunarti. 2016. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Preferensi Konsumen Dan Keputusan Pembelian Kartu Seluler Simpati (Survei Pada Masyarakat Desa Wonosari, Kecamatan Pagu, Kabupaten Kediri Yang Membeli Kartu Seluler Simpati)*. Fakultas Ilmu Administrasib Universitas Brawijaya Malang
- Prentice Hall.Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Roger, S. Pressman, Ph.D. , 2012, *Rekayasa Perangkat Lunak (Pendekatan. Praktisi) Edisi 7 : Buku 1 "*, Yogyakarta: Andi
- Schell, J. (2008). *The Art of Game Design: A Book of Lenses*. Burlington, MA: Morgan Kaufmann Publishers.
- Simamora, Bilson 2003, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakara : PT Gramedia Pustaka Utama
- Stanton, William J. 2008. *Fundamental of Marketing*. 10 Edition. Mc. Graw-Hill. International Edition, New York
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi. Kotler

Tjiptono. 2001. Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen,.
Yogyakarta: BPFE

Widodo, Agung. (2019). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Konsumen
Pada Mobile Games : Mobile Legends : Bang Bang. Fakultas Ekonomi
& Bisnis Universitas Brawijaya.

Web

<https://www.ea.com/games/fifa/news/pure-shot-real-ball-physics>

Bimo, M. 2020. "Review FIFA 21, Career Mode Makin Penuh Fitur dan AI yang Tambah Canggih" <https://gantigol.com/blog/post/review-fifa-21-career-mode-makin-penuh-fitur-dan-ai-yang-tambah-canggih>. Di akses pada 28 Juni 2021 Pukul 14.00

Indra, 2020 "Survei *Video Game* Sekitar 72% Rakyat AS bermain *Video Game*" (<http://www.indracellular.my.id/2020/01/02/survei-video-game-sekitar-72-rakyat-as-bermain-video-game/>)

Esteves, Ricardo C. "Review FIFA 21 - PS5 & Xbox Series X|S" <https://www.gamereactor.asia/review-fifa-21-ps5-xbox-series-xs/>. Di Akses Pada 28 Juni 2021. Pukul 18.30

Hanifan, Aqwam Fiazmi. 2016. "Membedah Persaingan Game Sepakbola : FIFA Vs Pro Evolution" <https://tirta.id/membedah-persaingan-game-sepakbola-fifa-vs-pro-evolution-bQqQ>. Di Akses pada 1 Oktober 2020 Pukul 12.40.

Kamaliah, Aisyah. 2018. "Menkominfo: 40 Juta Orang Indonesia Main Game" <https://inet.detik.com/games-news/d-4705217/menkominfo-40-juta-orang-indonesia-main-game>. Di akses pada 1 Oktober 2020 pukul 12.32

Larasati, Aziza. 2019. "FIFA 20 vs PES 2020: Mana yang Lebih Baik?" <https://www.kabargames.id/fifa-20-vs-pes-2020/>. Di akses pada 2 Oktober 2020 Pukul 11.30

Meka, M. 2019. "FIFA 20 VS eFootball PES 2020 - Mending Main Yang Mana" <https://duniaku.idntimes.com/game/konsol-pc/m-meka/fifa-20-vs-efootball-pes-2020-mending-main-yang-mana?q=FIFA>. Di akses pada 2 oktober 2020 Pukul 11.10

Pusley, Andre. 2021. " FIFA vs PES sales: Which football sim game has sold the most units?"

<https://stealthoptional.com/retro/fifa-vs-pes-sales-which-football-sim-game-has-sold-the-most-units/>. Di Akses Pada 30 Mei 2021 Pukul 16.10

Rifqi, Muhammad. 2016. " Perkembangan PES Dari Tahun ke Tahun. "

<https://midgamesnet.wordpress.com/2016/11/12/perkembangan-konami-dari-tahun-ke-tahun/>. Di akses pada 2 Oktober 2020 14.30

Subyanto, Wahyu. 2018. "Video Game Kini Jadi Hiburan Utama dan Mulai Kalahkan Industri TV",<https://nextren.grid.id/read/011271877/video-game-kini-jadi-hiburan-utama-dan-mulai-kalahkan-industri-tv?page=all#>. Di akses pada 1 Oktober 2020 Pukul 12.30

Wadezig. 2014. " Konsol Game dari Masa Ke Masa", <https://www.wadezig.com/konsol-game-dari-masa-ke-masa/>. Di Akses Pada 1 Oktober 2020 12.40

