

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Atribut Produk terhadap Niat Menggunakan Ulang pada *Game Free Fire*”, penulis dapat menarik kesimpulan seperti berikut ini.

1. Persepsi Konsumen atas Atribut Produk dalam *Game Free Fire*

Persepsi konsumen atas atribut produk dalam *game Free Fire* dinilai sudah cukup baik. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa atribut produk yang ada di dalam *game Free Fire* memberikan pengalaman yang berbeda serta memiliki kualitas yang cukup baik, sehingga responden bisa menikmati *game Free Fire* dengan cukup baik. Responden juga beranggapan bahwa atribut produk yang ada di dalam *game Free Fire* menambah keasikan dalam memainkan *game Free Fire*.

○ Persepsi Konsumen atas Dimensi *Form* pada *Game Free Fire*

Persepsi konsumen atas dimensi *form* pada *game Free Fire* dinilai baik. Konsumen beranggapan bahwa dimensi *form* pada atribut produk di dalam *game Free Fire* memiliki tingkat kecerahan map yang baik, sehingga dapat membantu responden dalam bermain terutama dalam menentukan arah pergerakan pemain dan membantu pemain dalam mencari *item* yang nantinya dapat membantu pemain dalam memenangkan pertandingan. Namun, konsumen menganggap tampilan *home screen* pada *game Free Fire* kurang baik karena ikon-ikon yang ada di tampilan *home screen* ukurannya terlalu kecil sehingga menyulitkan pemain untuk melakukan pengaturan.

○ Persepsi Konsumen atas Dimensi *Features* pada *Game Free Fire*

Persepsi konsumen atas dimensi *features* pada *game Free Fire* dinilai baik. Konsumen beranggapan bahwa dimensi *features* pada atribut produk di dalam *game Free Fire* memiliki fitur-fitur yang membantu pemain dalam memenangkan pertandingan, salah satu fitur yang dinilai baik adalah fitur latihan. Dimana, dalam fitur latihan ini pemain bisa mencoba semua *item* yang

ada di dalam *game* sehingga para pemain bisa lebih memahami *game* Free Fire dengan lebih baik. Namun, konsumen menganggap bahwa *map* atau peta arena bermain di dalam *game* Free Fire ini kurang baik, karena di dalam *game* Free Fire hanya ada dua pilihan *map*. Lalu mode bermain di dalam *game* Free Fire hampir sama dengan *game* dengan *genre* yang sama.

- Persepsi Konsumen atas Dimensi *Customization* pada *Game* Free Fire persepsi konsumen atas dimensi *customization* pada *game* Free Fire dinilai baik. konsumen beranggapan bahwa dimensi *customization* pada atribut produk di dalam *game* Free Fire memiliki kemudahan dalam mengatur pengaturan yang ada di dalam *game* Free Fire. para pemain bisa bebas mengatur pengaturan seperti sensitivitas, tampilan, suara, hingga mode getar, semua pengaturan tersebut bisa disesuaikan oleh setiap pemain, sehingga mereka lebih nyaman untuk memainkan *game* Free Fire. namun, di dalam pengaturan tampilan layar ketika bermain para pemain tidak bisa mengatur ukuran tombol yang ada sehingga pengaturan *skillset* hanya dinilai cukup baik.
- Persepsi Konsumen atas Dimensi *Performance Quality* pada *Game* Free Fire persepsi konsumen atas dimensi *performance quality* pada *game* Free Fire dinilai baik. konsumen beranggapan bahwa *game* Free Fire memiliki ketahanan performa saat dimainkan, dimana *game* Free Fire memiliki performa yang cukup stabil jika dimainkan. menurut responden hal ini karena ukuran *game* ini yang kecil dan tidak membutuhkan spesifikasi *smartphone* yang tinggi sehingga tidak memberatkan kinerja *smartphone* jika *game* Free Fire dimainkan dalam durasi yang panjang. *game* Free Fire juga memiliki koneksi server dan software yang cukup baik sehingga membantu pemain ketika dimainkan dalam durasi panjang.
- Persepsi Konsumen atas Dimensi *Conformance Quality* pada *Game* Free Fire persepsi konsumen atas dimensi *conformance quality* pada *game* Free Fire dinilai cukup baik. konsumen beranggapan bahwa kecepatan sensor analog di

dalam *game* Free Fire bisa diatur berdasarkan keinginan masing-masing pemain. selain itu, pemain juga mengatur sensitivitas dari setiap senjata yang digunakan sehingga bisa membantu pemain dalam memenangkan permainan. namun responden menilai daya tarik efek skill yang ada di dalam setiap karakter mengganggu mengganggu keasyikan mereka ketika pemain. hal ini karena skill dari setiap pemain hanya bisa dipakai sekali dalam setiap permainan. lalu skill di setiap karakter berbeda dan perlu pembiasaan untuk menggunakan nya, sehingga daya tarik efek skill hanya dinilai cukup baik.

- Persepsi Konsumen atas Dimensi *Durability* pada *Game* Free Fire
persepsi konsumen atas dimensi *durability* pada *game* Free Fire dinilai baik. konsumen beranggapan bahwa *game* Free Fire memiliki ketahanan ketika dimainkan dalam durasi panjang, walaupun sudah dalam pengaturan yang paling tinggi dan dimainkan dalam durasi panjang tidak terjadi *frame drop*. selain itu, menurut responden *game* Free Fire bisa menggunakan kapasitas CPU yang baik sehingga baterai di *smartphone* pemain tidak cepat panas walaupun dimainkan dalam durasi panjang. namun responden menilai bahwa di dalam *game* Free Fire masih terdapat *bug* yang mengganggu pemain ketika bertanding. walaupun Developer Free Fire sudah melakukan *update* berkala namun masih terdapat *bug*, sehingga ketahanan Free Fire dalam menghadapi masalah bug hanya dinilai cukup baik.
- Persepsi Konsumen atas Dimensi *Reliability* pada *Game* Free Fire
persepsi konsumen atas dimensi *reliability* pada *game* Free Fire dinilai cukup baik. konsumen beranggapan bahwa mereka sering mengalami *forced close application* ketika bermain. hal tersebut terjadi karena banyak nya bug yang ada di dalam *game* Free Fire, sehingga sangat mengganggu pemain dan mengurangi keasikan dalam bermain. konsumen sangat menyenangkan pihak developer belum bisa mengatasi masalah ini.

- Persepsi Konsumen atas Dimensi *Repairability* pada *Game Free Fire*
persepsi konsumen atas dimensi *repairability* pada *game Free Fire* dinilai cukup baik. konsumen beranggapan bahwa *game Free Fire* memiliki kecepatan dalam perbaikan aplikasi. menurut responden perbaikan aplikasi hanya memakan waktu beberapa jam, sehingga pemain tidak perlu menunggu hingga berhari-hari. selain itu setelah perbaikan aplikasi selesai setiap pemain mendapatkan *item* terbaru secara gratis. namun, ketika pemain sedang mengunduh *update* terbaru dari *game Free Fire*, mereka tidak bisa bermain ataupun membuka aplikasi. lalu setelah *update* pemain harus melakukan *log in* ulang di dalam *game Free Fire*. sehingga keamanan aplikasi dalam menghadapi *update* terbaru dinilai tidak baik.

- Persepsi Konsumen atas Dimensi *Design* pada *Game Free Fire*
persepsi konsumen atas dimensi *design* pada *game Free Fire* dinilai cukup baik. konsumen beranggapan bahwa *game Free Fire* memiliki tingkat kenyamanan tampilan yang baik saat dimainkan, karena menurut responden tampilan di dalam *game Free Fire* sudah mendukung *ultra HD*, memiliki FPS yang tinggi dan cukup stabil, memiliki warna yang beragam sehingga membuat responden nyaman ketika memainkan *game Free Fire*. namun, *game Free Fire* kurang memperhatikan detail grafik seperti bentuk bangunan, kendaraan dan juga pohon yang masih terlihat kartunis dan tidak seperti aslinya. sehingga responden menilai daya tarik tampilan di dalam *game Free Fire* cukup baik.

- Persepsi Konsumen atas Dimensi *Style* pada *Game Free Fire*
persepsi konsumen atas dimensi *style* pada *game Free Fire* dinilai cukup baik. konsumen beranggapan bahwa *game Free Fire* memiliki pilihan karakter yang banyak, setiap karakter juga memiliki tampilan dan skill yang berbeda-beda. namun tampilan karakter di dalam *game Free Fire* tidak bisa diubah sesuai dengan keinginan pemain. lalu, menurut responden gerakan karakter di dalam

arena pertandingan terlihat kaku dan juga animasi yang ditampilkan kurang natural, sehingga responden hanya memberi nilai cukup baik.

2. Niat Menggunakan Ulang Konsumen pada *Game Free Fire*

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa niat menggunakan ulang konsumen pada *game Free Fire* dinilai cukup tinggi. Berdasarkan hasil analisis, didapatkan bahwa konsumen memiliki niat transaksional yang cukup tinggi, dimana konsumen menyatakan berniat untuk menggunakan ulang *game Free Fire* karena konsumen merasakan pengalaman yang berbeda saat memainkan *game Free Fire*. Lalu, konsumen juga memiliki niat referensial yang cukup tinggi. Dimana konsumen berniat untuk mengajak orang lain untuk memainkan *game Free Fire*, karena *game Free Fire* akan lebih seru jika dimainkan bersama-sama dan pemain bisa meningkatkan level dengan lebih cepat. Kemudian, konsumen memiliki niat preferensial yang cukup tinggi, dimana konsumen menyatakan berniat memainkan *game Free Fire* dibandingkan *game* sejenis lainnya. Karena responden merasa *game Free Fire* lebih nyaman karena tidak membuat *smartphone* yang mereka gunakan cepat panas dan lebih hemat dalam penggunaan baterai. Namun, terdapat hasil bahwa niat eksploratif konsumen tidak tinggi karena konsumen menyatakan kurang tertarik dengan *event-event* yang ada di dalam *game Free Fire*. Selain itu, berdasarkan analisis yang telah dilakukan *game Free Fire* jarang melakukan kolaborasi dengan *brand* atau *influencer* sehingga kurang menarik niat para pemain untuk mencari informasi secara lebih mendalam.

3. Terdapat sepuluh dimensi dari atribut produk, yaitu *form*, *features*, *customization*, *performance quality*, *conformance quality*, *durability*, *reliability*, *repairability*, *style*, dan *design*. Berdasarkan hasil pengolahan dan pengujian data, didapatkan hasil bahwa dari sepuluh dimensi, hanya tiga dimensi yang memiliki pengaruh positif dan signifikan yaitu dimensi *form* dengan nilai beta sebesar 0.692, lalu dimensi *Repairability* dengan nilai beta sebesar 0.211, dan dimensi *style* dengan nilai beta sebesar 0.527. kontribusi variabel dimensi *form*, *repairability*, dan *style* sebagai

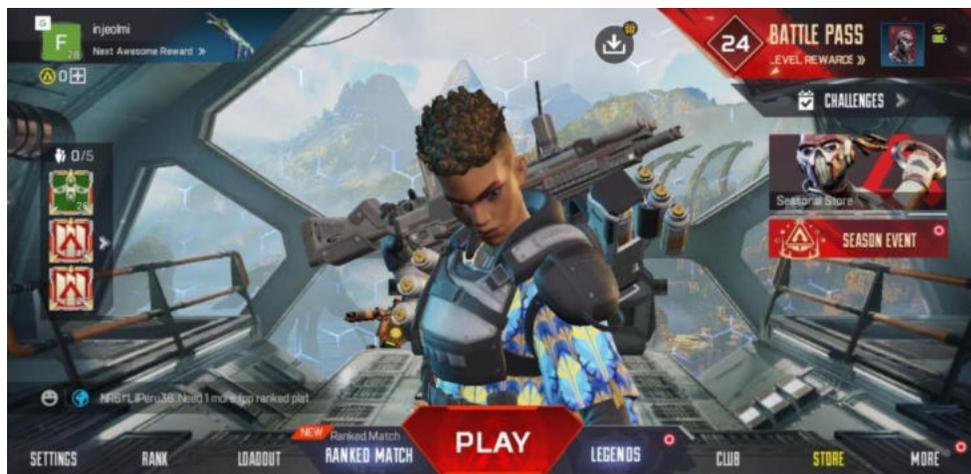
dimensi atribut produk atas variabel niat menggunakan ulang adalah sebesar 63% dan 27% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Atribut Produk terhadap Niat Menggunakan Ulang pada *Game Free Fire*”, terdapat beberapa saran yang dapat penulis berikan kepada pihak perusahaan. Penulis berharap pihak developer dapat menjadikan saran penulis sebagai referensi dalam memperbaiki *game Free Fire* kedepannya.

1. Dilihat dari hasil analisis responden dalam dimensi *form*, nilai respon yang rendah pada hasil penelitian terdapat pada indikator persepsi responden terhadap bentuk aplikasi (tampilan *home screen*). Pihak developer *game Free Fire* sebaiknya memperbaiki tampilan *home screen* pada *game* ini, terutama pada bagian ikon-ikon yang dimana para pemain sering berpindah dari satu menu ke menu yang lain.

Gambar 5.1 Tampilan *Home Screen Apex Legends Mobile*



Sumber: *game Apex Legends Mobile*

Berdasarkan wawancara lebih lanjut dengan 15 responden, mereka lebih menyukai tampilan *Home Screen game Apex Legends Mobile* karena desain nya lebih menarik, terlihat simpel dan memudahkan pemain untuk berpindah ke menu lain. Pada tampilan *Home Screen Apex Legends Mobile* juga tidak memiliki banyak simbol yang lebih

memudahkan pemain dalam melakukan pengaturan. Ukuran dan jenis *font* yang digunakan juga lebih besar dan mudah terbaca dengan jelas. Penulis juga melakukan observasi langsung ke dalam *game Apex Legends Mobile*, menurut penulis tampilan *Home Screen Apex Legends Mobile* lebih rapi dan dapat dilihat dengan jelas, informasi yang ada juga lengkap serta memudahkan pemain dalam melakukan pengaturan atau berpindah ke menu lain.

2. Dilihat dari hasil analisis responden dalam dimensi *style*, nilai respon yang paling rendah terdapat pada indikator persepsi responden terhadap tingkat daya tarik dari gerakan karakter saat dimainkan. Sebagai *game battle royale*, pemain sangat memperhatikan gerakan dari karakter yang dimainkan. Berdasarkan hasil penelitian, menurut responden gerakan karakter di dalam *game Free Fire* terasa kaku dan patah-patah. Sebaiknya pihak developer memperbaiki animasi gerakan karakter di dalam *game Free Fire* agar lebih natural dan lebih realistis. Selain gerakan karakter, pihak developer *game Free Fire* memperbaiki tampilan karakter di dalam arena pertandingan dan meningkatkan kualitas animasi tampilan karakter di dalam arena pertandingan. Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan data bahwa responden lebih suka tampilan karakter di dalam *home screen* daripada tampilan karakter di dalam arena pertandingan. Karena tampilan karakter di dalam *home screen* lebih baik sehingga memberikan ekspektasi yang tinggi kepada pemain untuk tampilan karakter di dalam pertandingan.
3. Dilihat dari hasil analisis responden dalam dimensi *repairability*, nilai respon yang paling rendah terdapat pada indikator persepsi konsumen terhadap tingkat kenyamanan aplikasi dalam menghadapi permasalahan *update* terbaru. Penulis melakukan wawancara lebih lanjut dengan 10 orang responden, menurut mereka jika *game Free Fire* sudah selesai melakukan *update* maka akun pemain akan secara otomatis ke *log out*, sehingga mereka harus melakukan *log in* lagi ketika ingin bermain. Berdasarkan hasil observasi penulis ke beberapa *game* yang sejenis maupun yang bukan sejenis, semua *game* yang sudah melakukan *update* akan secara otomatis ter *log out*, sehingga bisa dikatakan bahwa semua aplikasi memiliki masalah yang serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, C. (2020). *Pengaruh Persepsi Konsumen Atas Food Quality dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Gooma Tea Bar Paris*. 2020.
- Andreas. (2018). *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Di Kafe D' Cubes Cabang Dipatiukur*. 8–45.
- appsamurai.com. (2021). *Your Guide To Mobile Game Categories*. 23 April 2020.
https://appsamurai.com/your-complete-guide-to-mobile-game-categories/#Mobile_Game_Categories
- Christian, A. (2019). *Perbandingan Atribut Produk Game Arena Of Valor dan Mobile Legends di Game Dots Bandung Serta Pengaruhnya Terhadap Brand Preference*. 2011, 8–45.
- cnbcindonesia.com. (2021). *Kapan Free Fire FF Maintenance Selesai, Ini Bocorannya*. 28 September 2021. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210928141659-37-279788/kapan-free-fire-ff-maintenance-selesai-ini-bocorannya>
- dafunda.com. (2021). *Rekomendasi Game Battle Royale Android Terbaik - Dafunda.com*. 6 June 2021. <https://dafunda.com/game/game-battle-royale-android-terbaik/>
- dailyspin.id. (2022). *Free Fire Sekarang Memiliki Fitur High FPS! Jadi Lancar! | SPIN Esports*. February 8, 2021. <https://dailyspin.id/free-fire/free-fire-sekarang-memiliki-fitur-high-fps-jadi-lancar/>
- Datareportal.com. (2021). *Digital in Indonesia: All the Statistics You Need in 2021 — DataReportal — Global Digital Insights*. 11 February 2021.
<https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Kie, G. R. (2018). *Pengaruh Attribute Product Dan Service Quality Terhadap Niat Beli Ulang Pada One Eighty Coffee Shope*.
- kompasiana.com. (2021). *Pengaruh Smartphone dalam Kehidupan Sehari-hari - Kompasiana.com*. 30 August 2020.
<https://www.kompasiana.com/kenazsheehanryvanya/5f4b44c8d541df1331798d82/pengaruh-smartphone-dalam-kehidupan-sehari-hari>

- Kotakgame.com. (2021). *Berita : Grafis Semakin Keren! Keseruan Dyland Pros Mencoba Free Fire Max dengan Grafik Rata Kanan! | KotakGame*. 13 September 2021. <https://www.kotakgame.com/berita/detail/90213/Grafis-Semakin-Keren-Keseruan-Dyland-Pros-Mencoba-Free-Fire-Max-dengan-Grafik-Rata-Kanan>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing Management. In *Essentials of Management for Healthcare Professionals* (14th ed.). Pearson. <https://doi.org/10.4324/9781315099200-17>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). MARKETING MANAGEMENT. In *Pearson* (Vol. 15).
- Limandry, L. (2017). *Analisis Pengaruh Country Of Origin Terhadap Niat Beli Ulang Pengguna Smartphone Xiaomi Terhadap Niat Beli Bukan Pengguna Smartphone Xiaomi DI Bandung. 2017*.
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research Sixth Edition*.
- masterclass.com. (2021). *Battle Royale: A Guide to Battle Royale Video Games - 2021 - MasterClass*. 23 Jne 2021. <https://www.masterclass.com/articles/what-is-a-battle-royale>
- Nurhayati, K. (2016). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI*.
- Raysa, P. (2020). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Niat Beli Ulang Pada Widely Project. 2020*.
- retizen.republika.co.id. (n.d.). *Free Fire Max Versi 9.0 Grafik Ultra HD 2022*. 21 Maret 2022. Retrieved April 20, 2022, from <https://retizen.republika.co.id/posts/82825/free-fire-max-versi-9-0-grafik-ultra-hd-2022>
- Riswandi, E. R. (2018). *Pengaruh Kepuasan Konsumen Atas Atribut Produk Terhadap Niat Beli Ulang Produk Crocs*.
- Samuel, T. (2014). *Pengaruh Persepsi Konsumen Pada Fitur Baru Terhadap Niat Unduh Ulang (Studi Pada Aplikasi Pokemon GO)*.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer Behavior*. Eleventh Edition. Boston:

- Pearson. In *Pearson Australia*. (11th ed.).
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *RESEARCH METHODS FOR BUSINESS: Vol. seventh ed.*
- selular.id. (2021). *20 Fitur Smartphone 2020 yang Paling Ditunggu - Selular.ID*. 31 December 2019. <https://selular.id/2019/12/20-fitur-smartphone-2020-yang-paling-ditunggu/>
- Silvia. (2021). *Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Atas Kualitas Produk dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak Pada Niat Beli Ulang Topshop*. [http://digilib.unila.ac.id/4949/15/BAB II.pdf](http://digilib.unila.ac.id/4949/15/BAB%20II.pdf)
- Tanwijaya, P. M. (2016). *Perbandingan Pengaruh Persepsi Atribut Toko Online Tokopedia dan Bukalapak Terhadap Niat Beli Ulang Pada Generasi Millennial*. July.
- Tanwijaya, P. M. (2017). *Perceptions Comparison of Tokopedia and Bukalapak Online Shops Attributes on Repurchase Intention At Millennial Generation*. 227.
- Vidi, M. (2018). *Pengaruh Kepuasan Atas Place, Promotion, People, Dan Physical Evidence Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Hu Han Korean BBQ*. 2018. <https://doi.org/10.1016/j.gecco.2019.e00539><https://doi.org/10.1016/j.foreco.2018.06.029>[http://www.cpsg.org/sites/cbsg.org/files/documents/Sunda Pangolin National Conservation Strategy and Action Plan %28LoRes%29.pdf](http://www.cpsg.org/sites/cbsg.org/files/documents/Sunda%20Pangolin%20National%20Conservation%20Strategy%20and%20Action%20Plan%28LoRes%29.pdf)<https://doi.org/10.1016/j.forec>
- Wijaya, S. (2019). *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Brand Preference (Studi Komparasi Antara Teh Botol Sosro Dan Teh Pucuk Harum)*. August. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/3821>
- Wiratama, M. T. (2018). *Pengaruh Persepsi Konsumen Mengenai Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Pada Baraya Travel Cabang Surapati*. 2018.