

# BAB 5

## KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah didapatkan dan dilakukan pengolahan data yang disertai dengan analisis mengenai “Perbandingan persepsi konsumen atas *e-service quality* dan atribut produk pada platform Epic Games dan Steam serta pengaruhnya terhadap *brand preference*” ditemukannya beberapa kesimpulan yang didapatkan penulis dan akan dipaparkan sebagai berikut:

1. Persepsi pengguna atas *e-service quality* pada platform Epic Games dan Steam

Dari penelitian ini pengguna memiliki kecenderungan untuk memilih platform Steam daripada platform Epic Games dari segi *e-service quality* mengenai *reliability*, *responsiveness*, *ease of use*, *system availability* dan *privacy*. Alasannya dikarenakan platform Steam secara garis besar memiliki server yang lebih konsisten, minim terjadi bug, perbaikan yang lebih cepat, UI yang interaktif, memiliki layanan transaksi yang lebih baik, dan sistem keamanan yang lebih baik. Namun platform Steam juga dirasa pengguna cenderung lebih sering error yang diasumsikan penulis server dari platform Steam sendiri masih belum bisa mengakomodir seluruh penggunanya. Untuk platform Epic Games sendiri masih banyak yang perlu dibenahi terutama pada akses platform yang lambat dan sistem platform yang dirasa pengguna kurang menonjolkan fungsionalitasnya.

2. Persepsi pengguna atas *product feature* pada platform Epic Games dan Steam

Dari penelitian ini pengguna memiliki kecenderungan untuk memilih platform Steam daripada platform Epic Games dari segi *product feature*. Alasannya platform Steam menawarkan banyak fitur yang bervariasi yang tidak ditawarkan pada platform Epic Games, dengan begitu para pengguna merasakan kemudahan dengan adanya fitur-fitur yang ditawarkan pada platform Steam. Untuk platform Epic Games karena belum banyaknya fitur yang ditawarkan maka memunculkan persepsi negatif yang membuat platform Steam lebih unggul.

3. Persepsi konsumen atas *product style & design* pada platform Epic Games dan Steam

Dari penelitian ini pengguna memiliki kecenderungan untuk memilih platform Steam daripada platform Epic Games dari segi *product style & design* mengenai desain tampilan (*User Interface*), desain alur kerja (*Workflow*), tata letak layout, dan font; warna; grafik;

gambar. Alasannya dikarenakan platform Steam secara garis besar memiliki tampilan yang simpel dan mudah dipahami sehingga pengguna dapat dengan cepat familiar dengan tampilan platform, namun karena minim adanya perubahan desain tampilannya pengguna merasa tampilan dari platform sudah cukup kuno. Untuk platform Epic Games sendiri tampilan yang dimiliki dirasa pengguna cukup ribet dan kurang simpel namun disisi lain tampilan platform Epic Games sendiri terbilang lebih modern daripada platform Steam, tetapi hal tersebut belum cukup untuk mengguguli platform Steam karena pengguna lebih memilih platform yang simple dan mudah dipahami ketimbang tampilan yang fresh dan modern karena membutuhkan waktu untuk pengguna merasa familiar.

#### 4. Pengaruh *e-service quality*, *product feature*, dan *product style& design* terhadap *brand preference* platform Epic Games dan Steam

Dari hasil uji regresi linear berganda didapatkan bahwa untuk *e-service quality* dan *product feature* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *brand preference* pada platform Epic Games dan Steam. Namun untuk *product style & design* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap *brand preference* pada platform Epic Games dan Steam. Ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh yang bernilai positif sebesar 0,282 untuk *e-service quality*; 0,432 untuk *product feature*; dan 0,083 untuk *product style & design*. Sehingga dapat dikatakan jika variabel-variabel tersebut meningkat maka *brand preference* pengguna terhadap platform juga akan semakin meningkat.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan mengenai “Perbandingan persepsi konsumen atas *e-service quality* dan atribut produk pada platform Epic Games dan Steam serta pengaruhnya terhadap *brand preference*” penulis memiliki beberapa saran/masukan kepada platform Epic Games, platform Steam, dan peneliti selanjutnya yang diharapkan dapat membantu untuk pengembangan kedua platform, serta dapat menambah wawasan kepada peneliti selanjutnya. Berikut paparan saran dan masukan dari penulis :

### 5.2.1 Saran untuk Platform Epic Games

Berikut ini beberapa saran/masukan untuk platform Epic Games yang akan dipaparkan sebagai berikut :

1. Mengenai *e-service quality* yang ditawarkan pada platform Epic Games dapat dilakukan pembenahan platform seperti melakukan tindakan *preventive maintenance* secara konsisten untuk mencegah terjadinya bug pada platform, untuk mengoptimalkan platform ketika adanya upgrade pada platform, serta untuk meningkatkan kualitas platform tanpa mengubah fungsi yang ada. Selain itu perlu juga memberikan pelayanan seperti keinginan pengguna agar pengguna merasa platform mendengarkan dan bersedia untuk memenuhi kebutuhan dari pengguna, dan hal tersebut perlu disediakan wadah untuk menampung segala kritik dan masukan yang bisa melewati social media, forum dan lainnya.
2. Mengenai *product feature* menjadi sangat penting bagi pengguna dan hal ini perlu ditingkatkan lagi untuk platform Epic Games. Peningkatan feature ini bisa dilakukan dengan amati, tiru, dan modifikasi dari platform lain yang sukses dengan fiturnya seperti kompetitor utamanya yaitu platform Steam. Penambahan fitur ini juga bisa dilakukan dengan mendengarkan saran dari pengguna fitur apa saja yang mungkin dibutuhkan seperti : account sharing, gifting, forum diskusi, rating untuk game, dan sebagainya. Selain itu bisa saja dari masukan dari penggunanya memunculkan ide feature yang unik dan belum pernah ditawarkan oleh platform lain.
3. Mengenai *product style & design* platform epic games memiliki langkah berani untuk tampilan pada platform mereka. Namun masih banyak pengguna yang tidak menyukai dan bisa dikarenakan belum familiar dengan platform epic games. Hal ini juga dipengaruhi karena tampilan yang modern dan kurang simpel. Maka dari itu platform Epic Games perlu pembenahan dengan tampilan yang lebih simpel seperti platform steam yang segalanya dapat tersedia pada 1 halaman (tanpa mengganti halaman bisa melihat segala kebutuhan yang ada), serta dapat mempersingkat alur kerja (workflow) untuk mencerminkan simplisitas dari platform.

### 5.2.2 Saran untuk Platform Steam

Berikut ini beberapa saran/masukan untuk platform Steam yang akan dipaparkan sebagai berikut :

1. Mengenai *e-service quality* satu hal mengenai yang perlu dilakukan platform steam yaitu sering terjadinya error dan hal ini dapat dilakukan pembenahan dengan memperbesar kapasitas server seiring dengan kenaikannya jumlah pengguna agar minim terjadinya error dan seluruh pengguna dapat nyaman menggunakan platform steam.
2. Mengenai *product feature*, platform steam dapat terus memunculkan fitur baru yang diiringi dengan kebutuhan pengguna yang semakin beragam. Selain itu fitur yang dirasa sudah tidak banyak digunakan bisa dilakukan pengembangan lebih atau diganti dengan feature lain sehingga platform akan terlihat semakin *fresh* dan tidak terkesan memiliki fitur yang kuno.
3. Mengenai *product style & design* platform Steam dirasa perlu pembenahan lebih mengenai desain platform mereka yang dirasa oleh beberapa responden pada penelitian ini memiliki kesan yang kuno. Hal ini perlu ditanggapi serius dikarenakan selera konsumen yang berbeda dan seiring berjalannya waktu konsumen lebih menyukai tampilan modern yang simpel, dan platform steam saat ini hanya memenuhi tampilan yang simpel saja. Mungkin dapat diawali dengan pemilihan warna, atau font yang lebih modern dengan mempertahankan kesan simpel dan layout platform steam sehingga dapat memenuhi kesan yang lebih baru pada platform.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adams, R. N. (2021, August 3). *\$130m Loss Expected for Epic Games Store Exclusives in First Wave*. Retrieved from TechRaptor: <https://techraptor.net/gaming/news/130m-loss-expected-for-epic-games-store-exclusives-in-first-wave>
- Alpert, F. (2007). The Entertainment Software Industry: Suddenly Huge, Little . *Asia-Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol 19.*, 87-100.
- Andrew, M. (2019). E-Service Quality and Brand Image on Buying Interest: A Study of E-Service Quality and Brand Image on Shopee. *Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis*, 23-28.
- Anggraeni, N. M., & Yasa, N. N. (2012). E-Service Quality Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan dalam Penggunaan Internet Banking. *Jurnal Keuangan dan Perbankan, Vol.16, No.2*, 329-343.
- Ardhanari, M. (2008). Customer Satisfaction Pengaruhnya Terhadap Brand Preference dan Repurchase Intention Private Brand. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis Vol. 8, No. 2*, 58-69.
- Arianty, D. (2013). *Pengaruh anggaran dan atribut produk terhadap preferensi konsumen provider indosat di kota bandung*.
- Clement, J. (2021, November 5). *Number of peak concurrent Steam users from January 2013 to September 2021*. Retrieved from Statista.com: <https://www.statista.com/statistics/308330/number-stream-users/>
- Clement, J. (2021, May 5). *Number of peak concurrent users on Epic Games Store worldwide from 2019 to 2020*. Retrieved from Statista.com: <https://www.statista.com/statistics/1234020/number-epic-games-store-ccu/>
- Dharmayana, I. M., & Rahanatha, G. B. (2017). Pengaruh Brand Equity, Brand Trust, Brand Preference, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Membeli Kembali. *E-Jurnal Manajemen Unud, vol. 6, No.4*, 2018-2048.
- Epic Games*. (n.d.). Retrieved from Wikipedia: [https://id.wikipedia.org/wiki/Epic\\_Games#Epic\\_Games\\_\(1999%E2%80%93sekarang\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Epic_Games#Epic_Games_(1999%E2%80%93sekarang)), 15 Desember 2021
- Ginting, J. N. (2018). Analisis Pengaruh Kelengkapan Fitur, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Penggunaan Serta

- Dampaknya Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Viu. *Jurnal Media Informatika Vol. 17 No. 3*, 148-164.
- Halim, B. C., Diah Dharmayanti, S. M., & Ritzky Karina M.R. Brahmana, S. M. (2014). Pengaruh Brand Identity Terhadap Timbulnya Brand Preference dan Repurchase Intention pada Merek Toyota. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol.2, No. 1*, 1-11.
- Harinata, A. (2020). analisis Pengaruh Kelengkapan Fitur dan Desain Navigasi Aplikasi Perbankan Berbasis Mobile Terhadap User Experience Nasabah Individu pada PT Bank Central Asia Tbk. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan, Vol. 4, No. 4*, 111-116.
- Haryanto, D. K. (2021). *Pengaruh Persepsi Konsumen atas Reliability dan Web Design terhadap Brand Preference pada Spotify Premium dan JOOX VIP*. Bandung.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2009). *Consumer Behaviour Building Marketing Strategy, 11th Edition*. Mc-Graw Hill.
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., A.Carr, R., & Rickard, J. A. (2003). Customer repurchase intention: A general structural equation model. *European Journal of Marketing, Vol 37 No. 11/12*, 1762-1800.
- Hoyer, W. D., & MacInnis, D. J. (2008). *Consumer Behaviour, 5th edition*. Cengage Learning.
- Irwansyah, A., & Mappadeceng, R. (2018). Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction pada Toko Online Bukalapak. *Jurnal Manajemen dan Sains, Vol.3, No.2*, 128-136.
- Kardes, F. R., Cronley, M. L., & Cline, T. W. (2010). *Consumer Behavior*. Cengage Learning.
- Kemp, S. (2020, january 30). *Digital 2020: Global Digital Overview*. Retrieved from Datareportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview?format=amp>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Principle of Marketing (15th Global Edition)*. Pearson.
- Krisnawati, W. (2020). Pengaruh Online Procrastination, Product Feature, Dan Social Influence Pada Purchase Intention di Marketplace Shopee. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 210-215.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2009). *Consumer Behavior & Marketing Strategy, 9th Edition*. McGraw-Hill Irwin.
- Santika, I. W., & Pramudana, K. A. (2018). Peran Mediasi E-Satisfaction Pada Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Situs Online Travel di Bali. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Vol. 1, No. 3*, 278-289.

- Santos, J. (2003). E-service quality: a model of virtual service quality dimensions. *Managing Service Quality: An International Journal*, 233-246.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business, 7th Edition*. Chichester: wiley.
- Spotify. (n.d.). Retrieved from Wikipedia: <https://id.wikipedia.org/wiki/Steam#Sejarah>, 15 Desember 2021
- Suryani, T. (2008). Perilaku konsumen: implikasi pada strategi pemasaran. 12.
- Takahashi, D. (2021, January 6). *Superdata: Games Grew 12% to \$139.9 billion in 2020 amid pandemic*. Retrieved from Venture Beat: <https://venturebeat.com/2021/01/06/superdata-games-grew-12-to-139-9-billion-in-2020-amid-pandemic/>
- Tassi, P. (2021, August 7). *Epic Is Losing An Astonishing Amount Of Money Securing Games For EGS*. Retrieved from Forbes: <https://www.forbes.com/sites/paultassi/2021/08/07/epic-is-losing-an-astonishing-amount-of-money-securing-games-for-egs/?sh=3c511b364542>
- USLegal. (n.d.). *Digital Distribution Law and Legal Definition*. Retrieved from USLegal.com: <https://definitions.uslegal.com/d/digital-distribution/>
- Zuckerman, A. (2020, May 15). *75 Steam Statistic: 2020/2021 Facts, Market Share & Data Analysis*. Retrieved from Comparecamp: <https://comparecamp.com/steam-statistics/>