

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Mengacu pada hasil analisis temuan dan diskusi yang telah diuraikan sebelumnya terkait “Pengaruh Variabel *Integrated Value* Terhadap *Repurchase Intention Virtual Item Game Online Mobile Legends: Bang-Bang*”, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Integrated Value* (*Enjoyment Value*, *Character Competency Value*, *Monetary Value*, dan *Visual Authority Value*) sama memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap *Repurchase Intention virtual item game online Mobile Legends : Bang-Bang*
2. *Enjoyment Value* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *Repurchase Intention virtual item game online Mobile Legends Bang-Bang*.
3. *Character Competency Value* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *Repurchase Intention virtual item game online Mobile Legends Bang-Bang*.
4. *Monetary Value* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *Repurchase Intention virtual item game online Mobile Legends Bang-Bang*.
5. *Visual Authority Value* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *Repurchase Intention virtual item game online Mobile Legends Bang-Bang*.

5.2 Saran

Mengacu pada temuan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya agar lebih komprehensif dan bermanfaat sebagai berikut :

1. Saran Teoritis

Berdasarkan nilai hasil koefisien determinasi, diperoleh nilai 10,4% untuk faktor yang sedang diteliti oleh peneliti, sedangkan sisanya sebesar 89,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak tercakup dalam ruang lingkup penelitian ini. Dengan kata lain, faktor-faktor yang dimasukkan dalam regresi ini hanya memiliki pengaruh kecil terhadap keputusan pembelian ulang. Interpretasi dari kondisi ini menunjukkan bahwa masih terdapat variabel lain yang dapat diteliti untuk penelitian yang akan datang. Dengan demikian, penelitian selanjutnya hendaknya mempertimbangkan variabel lain, seperti *brand loyalty*, *social influence*, *game engagement*, atau *event-based promotions*, yang mungkin lebih berpengaruh dalam mendorong pembelian virtual item dalam *game*.

2. Saran Praktis

Berdasarkan temuan penelitian yang mengindikasikan bahwa *Integrated Value* yang terdiri dari *Enjoyment Value*, *Visual Authority Value*, *Monetary Value*, dan *Character Competency Value* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention* dalam *game* Mobile Legends: Bang-Bang. Namun, secara parsial tidak berpengaruh signifikan. Terdapat rekomendasi

praktis yang dapat diterapkan oleh pengembang *game* untuk meningkatkan niat beli ulang pemain terhadap virtual item.

Untuk meningkatkan *Repurchase Intention*, Moonton seharusnya mempertimbangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, seperti memberikan efek animasi atau suara eksklusif pada *skin* tertentu, menghadirkan *bundle* item dengan bonus menarik, atau menawarkan sistem *reward* yang memberikan keuntungan tambahan bagi pemain yang sering melakukan pembelian. Dengan cara ini, pemain mungkin lebih tertarik untuk membeli virtual item karena merasa bahwa pembelian tersebut memberikan pengalaman bermain yang lebih