

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian yang berjudul Pengaruh *Word of Mouth Game Mobile Legends* Terhadap keputusan menggunakan Aplikasi, yang di lakukan pada pengikut intagram @evosesport. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *word of mouth game Mobile Legends* terhadap keputusan menggunakan aplikasi dan seberapa signifikan hubungan antara kedua variabel tersebut.

Adapun hasil dari penelitian dan pembahasan penelitian, dapat ditarik kesimpulan yang diharapkan dapat menjawab tujuan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. *Word of mouth* pada *game Mobile Legends* secara keseluruhan responden merespon baik (setuju) dari semua pernyataan variabel X di kuesioner penelitian, hal ini dapat di lihat dari rekapitulasi jawaban responden (4.15) sebesar 2,93. Dari semua dimensi *word of mouth*, dimensi Alat dengan indikator saya akan memperlihatkan game Mobile Legends kepada teman, keluarga dan kerabat (X8) yang memiliki mean tertinggi, yaitu 3,17 dibanding dimensi lain dalam variabel X. Isi dalam dimensi alat ini membuat orang mudah membicarakan atau menularkan *game Mobile Legends* kepada orang lain.
2. Pada variabel keputusan pembelian secara keseluruhan responden menjawab respon baik (setuju) dari semua pernyataan variabel Y di kuesioner penelitian, hal ini dapat di lihat dari rekapitulasi jawaban responden (table 4.27) sebesar 3,04. Dari semua dimensi keputusan pembelian, dimensi keputusan pembelian dengan indikator memutuskan untuk mendownload game Mobile Legends karena informasi dari orang terdekat (Y8) yang memiliki mean tertinggi, yaitu 3,42 dibandingkan dari dimensi lain dalam variabel Y. Isi dari dimensi keputusan pembelian ialah

responden mulai memikirkan serta berdiskusi tentang *game Mobile Legends*, karena hasrat dan keinginan untuk mengunduh mulai timbul.

3. Pengaruh *word of mouth game Mobile Legends* sebesar 0,584 (R Square) yang artinya 58,4% memiliki pengaruh terhadap keputusan menggunakan aplikasi, sementara sisanya yaitu 0,416 atau 41,6% dipengaruhi faktor lain diluar variabel penelitian. Nilai korelasi (r) sebesar 0,764 yang artinya *word of mouth game Mobile Legends* berpengaruh positif dan berhubungan kuat terhadap keputusan menggunakan aplikasi. Hasil uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} (11,288) > t_{tabel} (1,290)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari hasil tersebut, maka terdapat pengaruh *word of mouth game Mobile Legends* terhadap keputusan menggunakan aplikasi dan terbukti signifikan.

5.2 Saran

Dari hasil kesimpulan penelitian dan semua indikator yang diajukan, terdapat indikator yang paling lemah dalam setiap variabel. Indikator pada pernyataan variabel X nomor 4 (X4) Saya percaya dengan informasi yang diberikan orang terdekat saya mengenai *game Mobile Legends*, 32 orang menyatakan tidak setuju. Hal ini dapat dikarenakan kurangnya didalam *game Mobile Legends* tidak terlalu menonjolkan fitur ajakan untuk bermain bersama, maka diharapkan *game Mobile Legends* harus memperhatikan dan menonjolkan fitur ajakan untuk bermain bersama sehingga pemain (*player*) dapat menemukan fitur tersebut.

Dalam pernyataan nomor 3 (Y3) dengan indikator mencari informasi lebih detail sebelum memutuskan untuk mengunduh *game Mobile Legends*, sebanyak 7 orang menyatakan sangat tidak setuju dan 28 orang menyatakan tidak setuju. Hal ini dapat dikarenakan kurangnya informasi terkait *game Mobile Legends* di media social ataupun *website*, maka diharapkan *game Mobile Legends* lebih komunikatif dan informatif khususnya dalam mengelola media social maupun *website*. Agar para pemain dapat mencari informasi tentang game dan event yang di selenggarakan.

Hasil penelitian dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya yang meneliti tentang *word of mouth* terhadap keputusan menggunakan aplikasi dengan tujuan penelitian yang lebih luas lagi. Selain itu penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti *game Mobile Legends* dengan variabel dan populasi yang berbeda.