

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis pada bab 4 didapatkanlah kesimpulan yang dijelaskan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh secara simultan antara (*Functional Value, Emotional Value, dan Social Value*) terhadap *Intent to Purchase item virtual*, hal ini dibuktikan pada Uji F yang memiliki nilai signifikansi  $(0.000) < 0.05$  artinya H1 diterima. Adapun model Regresi yang menjelaskannya yaitu sebagai berikut :  $Y = 9.932 + 0.363X_1 + 0.861X_2 + 0.486X_3$ , fungsi ini digunakan untuk mengatasi permasalahan yang ada.
2. Variabel *functional value* secara parsial mampu mempengaruhi minat beli (*intent to purchase*) *item virtual* yang dijelaskan dalam Uji T yang memiliki nilai *propanility* sebesar  $(0.008) < 0.05$ . Artinya H2 diterima.
3. Variabel *Emotional value* secara parsial mampu mempengaruhi minat beli (*intent to purchase*) *item virtual* yang dijelaskan dalam Uji T yang memiliki nilai *propanility* sebesar  $(0.000) < 0.05$ . Artinya H3 diterima.
4. Variabel *Social value* secara parsial mampu mempengaruhi minat beli (*intent to purchase*) *item virtual* yang dijelaskan dalam Uji T yang memiliki nilai *propability* sebesar  $0.034 < 0.05$ . Artinya H4 diterima.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dijabarkan pada pembahasan serta kesimpulan yang telah diperoleh, maka saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut :

1. *Functional value* berpengaruh terhadap *intent to purchase* atau minat beli pada *item virtual* pada *game genshin impact* ini menandakan bahwa *developer HoYovers* harus memperhatikan nilai fungsional dari produk yang dikeluarkannya, seperti peningkatan *damage output* (Kekuatan yang dikeluarkannya) pada *skin* yang dikeluarkannya, ataupun menambah *item* tambahan seperti *crown* pada produk *Bp* yang selama ini belum ada, karena *crown* mampu meningkatkan *level* karakter ke titik maksimalnya tidak harus bergantung pada penyelesaian *event* yang harus dimainkan untuk mendapatkannya.
2. *Emotional value* juga berpengaruh terhadap *intent to purchase* atau minat beli *item virtual* pada *game genshin impact*. Salah satu cara agar pemain *genshin* menikmati *item virtual* yaitu mengeluarkan karakter, senjata serta *skin* yang menarik seperti karakter *archon* beserta *skin* pendukungnya.
3. Objek yang diteliti pada penelitian ini menggunakan objek *game Genshin impact*. Sehingga untuk penelitian yang lainnya dapat menggunakan objek yang berbeda seperti *Tower of Fantasy* atau *game RPG* lainnya. Serta menggunakan jumlah sampel yang lebih banyak dari penelitian ini yang hanya menggunakan 100 responden.

4. Populasi pada penelitian ini hanya berpatok pada server Asia, saran untuk penelitian lanjutan bisa ditambah serta dapat menggunakan server lainnya seperti Hongkong, China, Thailand sebagai pembaharuan pada penelitian selanjutnya.

