

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Pada Bab V telah dilakukan analisis data dan pengujian terhadap 3 hipotesis sesuai model teoritis penelitian. Selanjutnya uraian rinci mengenai kesimpulan atas analisis data dan pengujian hipotesis tersebut akan menjelaskan sebagai berikut:

1. *Gratification* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*. Berdasarkan hasil analisis data maka penelitian ini berhasil membuktikan dan selanjutnya menyimpulkan bahwa jika alasan seseorang untuk memilih suatu *mobile game* dari sisi *entertainment* dan *sociality* bertambah, maka akan mempengaruhi kesetiaan pelanggan/*Customer Loyalty* pemain *Mobile game*. Penelitian ini berhasil menyimpulkan bahwa *Gratification* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *Customer Loyalty* adalah benar atau valid berdasarkan uji analisis data yang telah dilakukan.
2. *Flow* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*. Berdasarkan hasil analisis data maka penelitian ini berhasil membuktikan dan selanjutnya menyimpulkan bahwa tingkat kesenangan yang didapat oleh pelanggan ketika memainkan *game* mempengaruhi kesetiaan pelanggan/*Customer Loyalty* pemain *Mobile game*. Penelitian ini berhasil menyimpulkan bahwa *Flow* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *Customer Loyalty* adalah benar atau valid berdasarkan uji analisis data yang telah dilakukan.

3. *Flow* berpengaruh lebih dominan pada *Customer Loyalty* pengguna *Mobile game*. Berdasarkan hasil analisis data maka penelitian ini berhasil membuktikan dan selanjutnya menyimpulkan bahwa variabel *Flow* berpengaruh lebih dominan dibandingkan dengan variabel *Gratification*. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lan-Ying Huang dan Ying-Jiun Hsieh (2011) yang menyatakan bahwa variabel *Gratification* lebih dominan dibandingkan dengan variabel *Flow*.

## 6.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu:

- 1 Faktor-faktor yang mempengaruhi *Customer Loyalty* pengguna *Mobile Game* dalam penelitian ini hanya terdiri dari dua variabel, yaitu *Gratification* dan *Flow*, sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi *Customer Loyalty* pengguna *Mobile Game* antara lain berdasarkan observasi peneliti adalah variabel kualitas grafik, sounds, penyimpanan data/storage, story/jalan cerita dan juga variabel *Presence* yang didefinisikan sebagai rasa kesadaran diri psikologis seseorang yang merendam masuk ke dalam lingkungan virtual dengan kesadaran subjektif dan *Service Mechanism* yang berkaitan dengan kebijakan termasuk aturan permainan, jaminan keamanan dan strategi taktis seperti insentif yang dibahas oleh Shu-Ching Wang (2009).
- 2 Adanya keterbatasan pada objek penelitian yang terbatas pada *platform mobile* saja, sedangkan masih banyak *platform game* lain yang bisa dijadikan sebagai informasi tambahan yang berguna untuk penelitian.

- 3 Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh sampel tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya.

### 6.3 Saran

Untuk lebih meningkatkan pengembangan dan manfaat bagi keilmuan, maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya agar dapat meneliti secara detail mengenai jenis, genre, dan tipe dari *game* populer dan tidak terbatas hanya pada *mobile game* saja tetapi *game* dari berbagai *platform* untuk referensi yang lebih lengkap.
2. Untuk pihak manufaktur perangkat *mobile/gadget* agar lebih terfokus pada spesifikasi perangkat *mobile/gadget* sehingga dapat memainkan *mobile game* dengan spesifikasi tinggi secara lancar.
3. Untuk pihak *publisher game* di Indonesia agar dapat memilih *game* yang akan di *publish* sesuai dengan dengan spesifikasi pengguna *mobile game* di Indonesia.