

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan :

1. Terdapat hubungan yang signifikan antara *perceived playfulness* dengan *purchase intention* terhadap *virtual item game online* pada mahasiswa Universitas Bhayangkara Kota Bekasi yang tidak bekerja.
2. Ada hubungan positif antara *perceived playfulness* dengan *purchase intention* terhadap *virtual item game online* pada mahasiswa Universitas Bhayangkara Kota Bekasi yang tidak bekerja. Arti hubungan positif adalah jika skor semakin tinggi tingkat *perceived playfulness* maka semakin tinggi pula *purchase intention* yang dimiliki. Sebaliknya semakin rendah tingkat *perceived playfulness* yang dimiliki, maka semakin rendah pula *purchase intention* yang dimiliki.
3. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima, yaitu terdapat hubungan *perceived playfulness* dengan *purchase intention* pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Kota Bekasi yang tidak sambil bekerja dalam bermain *game online* memiliki *virtual item* di terima. Sedangkan hipotesis yang menyatakan tidak adanya hubungan antara *perceived playfulness* dan *purchase intention* pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Kota Bekasi yang tidak sambil bekerja dalam bermain *game online* memiliki *virtual item* di tolak.
4. Mengacu pada data di lapangan menunjukan bahwa kedua variabel tersebut yaitu variabel *perceived playfulness* dan variabel *purchase intention* berada pada kategori sedang.
5. Selain itu dari hasil perhitungan *mean* dari masing-masing dimensi kedua variabel menunjukan bahwa variabel *purchase intention* memiliki nilai *mean* yang paling rendah pada dimensi *subjective norm*, hal ini membuktikan mengenai kelemahan

mahasiswa adanya tekanan sosial untuk melakukan ataupun tidak melakukan perilaku dalam membeli *virtual item*. Kemudian untuk variabel *perceived playfulness* kecenderungan *perceived playfulness* yang ada dalam mahasiswa tersebut merujuk pada kecenderungan *enjoyment*, menunjukkan bahwa kecenderungan *perceived playfulness* dalam penelitian ini mengarah kepada menemukan interaksi menarik dalam kegiatan untuk kesenangan, hal ini terlihat ketika mahasiswa sedang bermain *game online* bersama dengan mahasiswa lainnya.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1. Saran Praktis**

Mahasiswa yang merupakan *gamers* diharapkan dapat menentukan prioritasnya dalam menggunakan uang, apakah untuk bermain *game* atau pada hal yang lainnya, dan jangan semata-mata hanya memikirkan penampilan karakter *game* saja agar terlihat menarik.

### **5.2.2. Saran Teoritis**

Bagi peneliti lain yang tertarik untuk meneliti *purchase intention* terhadap *virtual item game online* dapat menggunakan faktor lain sebagai faktor yang mempengaruhinya. Hal tersebut dikarenakan dari penelitian ini terlihat bahwa masih terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi *perceived playfulness*, seperti *character competency*, *requirements of the quest context*, *perceived value*, *enjoyment*.