

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan hasil pembahasan di bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa :

1. Analisis deskriptif memberikan gambaran untuk kategori gambaran responden ( $Ps_p$ ). Melalui penelitian ini diperoleh hasil kategori gambaran responden sebagai berikut ini :
  - a. Hasil analisis deskriptif memberikan gambaran kategori rata-rata skor untuk persepsi variabel *Word of Mouth* sebesar 71,6% dan dikategorikan baik. Hal ini artinya bertolak belakang dengan hipotesis penelitian, karena dalam hipotesis penelitian variabel *Word of Mouth* adalah cukup baik.
  - b. Hasil analisis deskriptif memberikan gambaran kategori rata-rata skor untuk persepsi variabel Pribadi sebesar 70,4% dan dikategorikan baik. Hal ini artinya bertolak belakang dengan hipotesis penelitian, karena dalam hipotesis variabel Pribadi adalah cukup baik.
  - c. Hasil analisis deskriptif memberikan gambaran kategori rata-rata skor untuk persepsi variabel Psikologi sebesar 70,2% dan dikategorikan baik. Hal ini artinya bertolak belakang dengan hipotesis penelitian, karena dalam hipotesis variabel Psikologi adalah cukup baik.
  - d. Hasil analisis deskriptif memberikan gambaran kategori rata-rata skor untuk persepsi variabel Keputusan Pembelian sebesar 72% dan

dikategorikan baik. Hal ini artinya bertolak belakang dengan hipotesis penelitian, karena dalam hipotesis variabel Keputusan Pembelian adalah cukup baik.

2. Variabel *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian UC pada *game PUBG Mobile*. Jika dibandingkan dengan hipotesis yang dibuat, maka hipotesis dalam penelitian ini terbukti.
3. Variabel Pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian UC pada *game PUBG Mobile*. Jika dibandingkan dengan hipotesis yang dibuat, maka hipotesis dalam penelitian ini terbukti.
4. Variabel Psikologi secara parsial berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian UC pada *game PUBG Mobile*. Jika dibandingkan dengan hipotesis yang dibuat, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah ditolak
5. Variabel *Word of Mouth*, Pribadi, dan Psikologi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian UC pada *game PUBG Mobile*. Jika dibandingkan dengan hipotesis yang dibuat, maka hipotesis dalam penelitian ini, terbukti.
6. Hasil Koefisien Determinasi dalam penelitian ini adalah (50,2%) yang merupakan kontribusi dari 3 (tiga) variabel bebas yaitu *Word of Mouth*, Pribadi, dan Psikologi, sedangkan sisanya 49,8% merupakan pengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas, dapat disarankan kepada perusahaan *Tencent Games* sebagai berikut.

1. Perusahaan *Tencent Games* harus lebih memperhatikan *cheater* yang berkeliaran dalam *game PUBG Mobile* agar pemain yang masih setia bermain *PUBG Mobile* dapat meyakinkan pemain *PUBG Mobile* yang telah berhenti bermain untuk bermain kembali. *Tencent Games* harus lebih menciptakan *item* atau *skin* setiap *season* sesuai dengan perkembangan zaman, agar *item* dan *skin* tersebut lebih menjadi menarik, sehingga dapat mencerminkan gaya hidup pemain yang bersifat aksi dan menantang.
2. Bagi Peneliti lainnya, yang ingin mengadakan riset serupa agar dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan mengangkat objek penelitian pada produk ekonomi lainnya dengan jumlah variabel yang lebih luas, sehingga dapat diketahui alasan lebih mendalam.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Bafadhhal, Aniesa Samira. 2020. **Pemasaran Pariwisata Pendekatan Perilaku Wisatawan**. Malang: MNC Publishing.
- Ferdinand, Augusty. 2006. **Metode Penelitian Manajemen**. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hurriyanti, Ratih. 2005. **Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen**. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 1997. **Marketing Management**, 13<sup>th</sup> Edition. New Jersey: Pearson Education. Bob Sabran (Penerjemahan). 2009. *Manajemen Pemasaran* Jilid 1, Edisi ke Tiga Belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 1997. **Marketing Management**, 13<sup>th</sup> Edition. New Jersey: Pearson Education. Bob Sabran (Penerjemahan). 2009. *Manajemen Pemasaran* Jilid 2, Edisi ke Tiga Belas. Jakarta: Erlangga.
- Levis, Leta Rafael. 2013. **Metode Penelitian Perilaku Petani**. Maumere: Ledalero.
- Musfar, Tengku Firli. 2020. **Manajemen Pariwisata Pendekatan Perilaku Parawisata**. Media Sains Indoneisa.
- Nurmawati. 2022. **Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian**. Indonesia: MNC Publishing.
- Prasetijo, Ristiyanti, John Ihalauw. 2005. **Perilaku Konsumen**. Yogyakarta: Andi.
- Priansa, Donni. 2016. **Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer**. Bandung: Alfabeta.
- Razak, Mahur. 2016. **Perilaku Konsumen**. Makassar: Alauddin University Press.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2010. **Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian**. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Setiadi, Nugroho. 2003. **Perilaku Konsumen**. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Setiadi, Nugroho. 2019. **Perilaku Konsumen**. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sudaryono. 2018. **Metode Penelitian**. Depok: Rajawali Pers.
- Suryabrata, Sumadi. 2004. **Metodologi Penelitian**. Yogyakarta: PT Raja Grasindo

Persada.

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2016. **Pemasaran Esensi dan Aplikasi**. Yogyakarta: Penerbit Andy.

**Skripsi :**

Asrori Mahfud A. 2019. **Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Top Up Unknown Cash Pada Game Online Player Unknown's Battle Grounds Di Kabupaten Ponorogo**. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Atain, Vivi. 2020. **Pengaruh Faktor Sosial, Budaya, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Bunga Potong (Studi Kasus Pondok Lily Rawa Belong, Jakarta Barat)**. Skripsi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Effendi, Arif. 2020. **Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian pada Travel Umroh dan Haji Plus PT. Inyong Travel Barokah**. Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.

Eko Saputro P. 2019. **Prilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Item Pada Game Online PUBG Mobile**. Skripsi Universitas Teknologi Sumbawa.

Fauzi, Ach. 2019. **Pengaruh Game Online Pubg (Player Unkown's Bettle Ground) Terhadap Prestasi Belajar Prestasi Peserta Didik**. Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember.

Ghaniyyu, Muhammad Rahman 2017. **Pengaruh Komunikasi *Word of Mouth* dan Sosial Media Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian PT.Qasir Jakarta Selatan**. Skripsi Universitas Pembangunan Jaya.

Gunawan, Angelika Laurensia. 2021. **Pengaruh Event Marketing, Media Sosial TikTok dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Online Tokopedia di Kota Kupang**. Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Izzati, Filza. 2017. **Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Travel Haji dan Umrah (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Indralaya Mulya Kabupaten Ogan Ilir)**. Skripsi Universitas Islam UIN Raden Fatah.

Kurniawan, Teso. 2021. **Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian UC (Unnown Cash) Dalam Game Online PUPG (Player Unknown's Bettle Frounds Mobile)**. Skripsi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

- Lie, Metriani. 2013. **Pengaruh Celebrity Endorser Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Top Coffe Di Kota Kupang.** Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
- Putri, Medina. 2013. **Analisis Pengaruh Isi Berita, Kelompok Acuan, dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Tabloid Otospeed.** Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Ronaldi, Ade. 2018. **Efektivitas Penggunaan Terminal Bandar Laksamana Indragiri Di Kota Tembilahan.** Skripsi Program Studi Administrasi Negara Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Unversitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Saputro, Prayogi Eko, Nova Adhitya Ananda, and Reza Muhammad Rizqi. 2019. **Perilaku Konsumsi Dalam Keputusan Pembelian Item Pada Game Online PUBG Mobile.** Skripsi Universitas Teknologi Sumbawa.
- Sari, Yakurt Dekirta. 2018. **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Industri Gramet.** Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia
- Sri, Handayani. 2021. **Pengaruh Faktor Pribadi, Psikologi, Sosial Dan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah.** Skripsi Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

#### **Jurnal :**

- Aries, Muhammad, Sunarti, and M Kholid Mawardi. 2017. **Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian.** Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 60, No. 3 Hal. 1
- Astria, Rima, Erni Junaida, Tengku Putri Lindung Bulan. 2021. **Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Emina di Kota Langsa.** Jurnal Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Samudera Meurandeh Tengah, Langsa Aceh. Vol. 1, No. 1. Hal 24-27
- Bahari, Andi Faisal, and Muhammad Ashoer. 2018. **Pengaruh Budaya, Sosial, Dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ekowisata.** Jurnal Manajemen. Vol. 5, No. 1. Hal 78.
- Enre, Ambo, Hendri Simbolon, Debora Hatugalung, Marcella Ong. 2020. **Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian CV Obor Pematangsiantar.** Jurnal Politeknik Ganesha Medan.

Vol. 4, No. 1. Hal 325.

Hilmiatus, Sahla. 2019. **Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam.** Jurnal Piionir LPPM Universitas Asuhan. Vol. 5, No. 2. Hal 57.

Julianti, Dini Anindya, and Ahmad Junaidi. 2020. **Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Baso Aci Akang Citra Raya Tangerang.** Jurnal Progia. Vol. 4, No. 1. Hal 75.

Joesiana, Kiki. 2018 **Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau) .** Jurnal Akademi Sekretari dan Manajemen Persada Bunda. Vol. 4, No. 1. Hal 71-85.

Karnowati, Nandang Bekti, and Erna Handayani. 2020. **Emotional Branding Pembelian Sepeda Lipat Di Era Covid-19.** Jurnal Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Vol. 16, No. 1. Hal 4.

Lukitaningsih, Akbar. 2013. **Perkembangan Konsep Pemasaran Implementasi dan Implikasinya.** Jurnal Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. Vol. 3, No. 1. Hal

Manurung, Heri P. 2020. **Pengaruh Faktor Budaya Dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Cream Merek Ekonomi Di Kabupaten Asahan.** Jurnal Universitas Siliwangi. Vol. 6, No. 2. Hal 102.

Nasikan, Begy Sasminto. 2013. **Faktor Internal, dan Eksternal Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Seluler Merk Nokia.** Jurnal Universitas Islam Darul Ulum Lamongan. Vol. 2, No. 1. Hal 85.

Nugraha, Finnan Aditya Ajie, Suharyono, Andriani Kusumawati. 2015. **Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Kober Mie Setan Jalan Simpang Soekarno-Hatta nomor 1-2 Malang).** Jurnal Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. Vol. 22, No. 1. Hal 38.

Nur, Khasanah Umi. 2020. **Pengaruh Promosi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Toko Family Cilacap).** Jurnal Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali Cilacap. Vol. 4, No. 1. Hal 14.

Nuzuli, Ahmad Khairul. 2020. **Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Komunikasi Antar Pemain Game Online PUBG.** Jurnal Universitas Amikom Yogyakarta. Vol.9, No. 1. Hal 21-24.

Paranindi, L.D.Y, N.L.W.S Telagawati .2021. **Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Virtual Dalam Online**

- Games Mobile Legends.** Jurnal Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja. Vol.7 No. 2. Hal 294-296.
- Pratiwi, Ketut Indah, Kastawan Mandala. 2015. **Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologi, dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kebaya Bordir Pada Jegeg Ayu Boutique di Kuta.** Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia. Vol. 4, No. 11. Hal 3619.
- Purnama, Novi. 2020. **Dampak Perkembangan Teknologi Komunikasi Terhadap Kehidupan Sosial Budaya.** Jurnal Universitas Sultan Fatah Demak. Vol. 1, No. 1. Hal 41-44.
- Puspitorini, Dian Anggraini. 2017. **Pengaruh Faktor Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Café D'Srupat-Sruput di Kota Wates).** Jurnal Universitas PGRI Yogyakarta. Vol. 5, No. 1. Halaman 13
- Purboyo, Nuril Huda. 2017. **Pengaruh Faktor Eksternal, Internal, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor di Banjarmasin.** Jurnal Universitas Lambung Mangkurat. Vol. 5, No. 2. Hal 176.
- Rembon, A, L Mananeke, and E Gunawan. 2017. **The influence of Word of Mouth and Product Quality of Purchasing Decision on Pt. Kangzen Kenko Indonesia in Manado.** Jurnal Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol. 5, No. 1. Hal 94.
- Rima, Astria, Erni Junaida, and Tengku Putri Lindung Bulan. 2021. **Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Emina Di Kota Langsa.** Jurnal Ilmu Manajemen. Vol 1, No. 1. Hal 53-55.
- Santoso, Daniel Teguh Tri, and Endang Purwanti. 2013. **Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Dan Faktor Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 Di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang.** Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Salatiga. Vol 6, No. 2. Hal 92.
- Setiawan, Daryanto. 2018. **Dampak Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Budaya.** Jurnal Sekolah Tinggi Agama Islam As Sunnah Deli Serdang. Vol 4, No. 1. Hal 62-72.
- Soinbala, Ridwan, and Juita L D Bessie. 2019. **Pengaruh Electronic Word Of Mouth (e-WOM) Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Oncu's Fruit Dessert),** . Jurnal Universitas Nusa Cendana Kupang. Vol 1, No. 1. Hal 65-83.
- Sopiandi, Deffy Susanti. 2022. **Menganalisis Informasi Metaverse Pada Game**



**Online Roblox Secara Garis Besar.** Jurnal Universitas Majalengka, Fakultas Teknik, Prodi Informatika. Vol. 3, No. 1. Hal 1-3.

Surya, Destian. 2017. **Pengaruh Perilaku Konsumen (Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologi) Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Situs Modifikasi.Com Di Kota Bandung.** Jurnal *E-Proceeding of Management*. Vol. 4, No. 3. Hal 2434

Suryani, Awin Mulyati, dan Ayun Maduwinarti. 2017. **Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Lenovo di Kalangan Mahasiswa Surabaya.** Jurnal *Dinamika Administrasi Bisnis*. Vol. 3, No. 2. Hal

Tamba, Darwis. 2017. **Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Membeli di Indomaret (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik St. Thomas Sumatera Utara .** Jurnal Universitas Katolik St. Thomas Sumatera Utara. Vol, 17. No 1.

Utami, Wikam Budi, Suprihati. 2015. **Analisis Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Pribadi Di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo.** Jurnal *Paradigma Universitas Islam Batik Surakarta*. Vol. 13, No. 1. Hal 157.

Werdani, Riandhita Eri. 2020. **Pelatihan Pemasaran Produk Homemade Melalui Sosial Media.** Jurnal *Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*. Vol. 4, No. 1. Hal 1-4.

Yoga, S Salman. 2018. **Perubahan Sosial Budaya Masyarakat Indonesia dan Perkembangan Teknologi Komunikasi.** Jurnal Universitas Islam Negri Ar-Raniry. Vol. 24, No. 1. Hal 29-32.

**Tesis :**

Harapah, Dedy. 2015. **Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak Usu (Pajus) Medan.** Thesis Universitas Islam Sumatra Utara.

Lestari, nur fitri. 2016. **Manajemen Hubungan Masyarakat (HUMAS) Dalam Menjalin Hubungan Dengan Masyarakat Internal dan Eksternal Madrasah (Studi Multisitus di MAN 1 Blitar dan MAN 3 Blitar.** Tesis Universitas Islam Negri Tulungagung.

Pambudi, Arif Relo. 2017. **Pengaruh Faktor Sosial, Psikologi dan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Baju *Three Second* Pada Royal Plaza di Kota Surabaya.** Tesis UPN Veteran Jawa Timur.

**Web :**

<https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fmed.2020.00158/full>  
<https://esportsnesia.com/penting/apa-itu-pubg-mobile/>  
<https://newzoo.com/game/pubg-battlegrounds>  
<https://majoo.id/solusi/detail/ecommerce>  
<https://hybrid.co.id/amp/post/e-commerce-di-esports>  
<https://id.m.wikipedia.org/wiki/>  
<https://shopee.co.id/mrbigboss?smtt=0.99766371-1654682011.9>  
[https://shopee.co.id/djstore\\_gaming?smtt=0.99766371-1654682041.9](https://shopee.co.id/djstore_gaming?smtt=0.99766371-1654682041.9)  
[https://shopee.co.id/grahastore\\_topup?smtt=0.99766371-1654682097.9](https://shopee.co.id/grahastore_topup?smtt=0.99766371-1654682097.9)  
<https://shopee.co.id/agungnarimo?smtt=0.99766371-1654682135.9>  
<https://shopee.co.id/codashop.indo?smtt=0.99766371-1654682171.9>  
<https://instagram.com/jooeystore?igshid=YmMyMTA2M2Y=>  
<https://instagram.com/tokogamecash?igshid=YmMyMTA2M2Y=>  
[https://instagram.com/vannn\\_store?igshid=YmMyMTA2M2Y=](https://instagram.com/vannn_store?igshid=YmMyMTA2M2Y=)  
<https://instagram.com/alvionishop?igshid=YmMyMTA2M2Y=>  
[https://instagram.com/kupang\\_topupgame?igshid=YmMyMTA2M2Y=](https://instagram.com/kupang_topupgame?igshid=YmMyMTA2M2Y=)  
<https://www.scribd.com/document/363727513/Sub-Budaya>  
<https://dindingkota.co/model-perilaku-konsumen-hawkins/>  
<https://referensia.id/pubg-mobile-hasilkan-rerata-pendapatan-rp1134-miliar-per-hari/?amp=1>  
<https://sensortower.com/>  
<https://www.teknolalat.com/jumlah-player-aktif-free-fire-pubg-mobile-legends/>  
<https://hybrid.co.id/amp/post/e-commerce-di-esports>  
<https://hybrid.co.id/amp/post/pendapatan-pubgm>  
<https://www.indoesports.com/amp/news/pubg-mobile/alasan-mengapa-pubg-mobile-mengalami-penurunan-jumlah-pemain>