

BABV

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, norma subjektif, penilaian moral, dan penerimaan harga terhadap keputusan konsumen melalui minat konsumen, studi dilakukan kepada mahasiswa Unand. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan online kuesioner kepada 135 mahasiswa Unand. Hasil penelitian ini diolah dengan menggunakan SmartPLS 3.0.

Berdasarkan penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Adanya pengaruh signifikan positif antara persepsi kemanfaatan terhadap minat konsumen dalam membajak video game, hal ini menunjukkan semakin besar persepsi manfaat dari video game bajakan bagi mahasiswa Unand maka akan semakin besar pula minat mereka untuk membajak video game tersebut.
2. Adanya pengaruh signifikan positif antara norma subjektif terhadap keinginan konsumen dalam membajak video game. Hal ini menunjukkan bahwa jika norma subjektif diri dari mahasiswa Unand semakin tinggi sehingga mereka merasa bahwa melakukan pembajakan itu bukanlah suatu hal yang salah, maka akan tinggi minat mahasiswa Unand untuk membajak video game.
3. Adanya pengaruh positif tidak signifikan antara penilaian moral terhadap minat untuk membajak video game. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Unand tidak terlalu memperhatikan moral ketika ingin melakukan pembajakan video game.

4. Adanya pengaruh negatif signifikan antara penerimaan harga terhadap minat membajak video game. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi harga yang diterima oleh mahasiswa maka akan semakin rendah keginan mereka untuk membajak, ini menunjukkan bahwa harga video game termasuk pengaruh besar dalam minat pembajakan, terutama dengan harga video game yang semakin bermacam macam.
5. Adanya pengaruh positif signifikan antara minat konsumen dengan perilaku konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi minat mahasiswa Unand dalam pembajakan maka akan semakin besar perilaku mereka dalam membajak video game.
6. Adanya pengaruh positif signifikan antara persepsi kemanfaatan terhadap perilaku konsumen melalui minat konsumen. Hal ini menunjukkan semakin tinggi persepsi kemanfaatan dari video game bajakan maka akan semakin tinggi pula perilaku mahasiswa unand untuk membajak video game
7. Adanya pengaruh positif signifikan antara moral subjektif terhadap perilaku konsumen melalui minat konsumen. Hal ini menunjukkan semakin tinggi norma subjektif mahasiswa unand dalam membajak maka akan semakin tinggi perilaku pembajakan video game oleh mahasiswa unand
8. Adanya pengaruh positif tidak signifikan antara penilaian moral terhadap perilaku konsumen melalui minat konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian moral tidak terlalu berpengaruh terhadap perilaku mahasiswa unand dalam pembajakan video game
9. Adana pengaruh negatif signifikan antara penerimaan harga terhadap perilaku konsumen melalui minat konsume. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besarnya penerimaan harga video game asli maka akan menurunnya tingkat perilaku pembajakan mahasiswa unand

5.2 Impikasi Penelitiann

Dari hasil penelitian ini perusahaan video game dapat mengimplementasikan beberapa hal untuk mengurangi pembajakan dari produk mereka melalui variabel yang tersedia dari penelitian ini. Hal yang dapat dilakukan mereka adalah dari tabel 4.8 dapat dilihat bahwa para responden merasa memiliki orang sekitar yang lebih memilih memainkan video game bajakan dibandingkan membeli video game yang asli sehingga perusahaan dapat mencoba cara untuk mempengaruhi masyarakat umum untuk memilih membeli video game asli dibanding mengunduh video game bajakan. Kemudian pada tabel 4.10 dimana ditunjukkan bahwa kebanyakan responden tidak ingin membeli video game bajakan seberapa pun harganya walaupun mereka menerima bahwa harga game seperti sekarang jadi jika salah satu tujuan konsumen dari perusahaan adalah mahasiswa mereka dapat mencoba membuat harga tidak terlalu tinggi atau menggunakan sistem yang dapat membuka peluang konsumen yang besar seperti sistem *free to play* yang dimana game tersebut akan berharga gratis tetapi menggunakan sistem microtransaksi yang dimana dapat menghasilkan uang dari game tersebut.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini peneliti menyadari bahwa terdapat beberapa keterbatasan, oleh karena itu peneliti berharap kedepannya peneliti yang tertarik untuk membahas topik yang sama bisa mengatasi keterbatasan ini untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. Adapun keterbatasan yang didapat saat ini adalah sebagai berikut:

1. Informasi yang diberikan responden dalam penelitian ini belum menunjukkan keadaan sesungguhnya karena berbagai factor.
2. Objek penelitian terbatas pada mahasiswa Unand.
3. Pembagian kuesioner tidak terlalu efektif karena dilakukan hanya via online kuesioner

4. Penelitian hanya mengkaji bagaimana pengaruh antara persepsi kemanfaatan, norma subjektif, penilaian moral, penerimaan harga, dan minat konsumen, sehingga tidak menggunakan variabel yang lain.
5. Penelitian hanya meneliti subjek terbatas pada pembajakan video game sehingga jenis produk digital yang lain tidak diteliti.

5.4 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan, dan keterbatasan dalam penelitian ini, maka peneliti memberi saran yang bisa digunakan oleh peneliti selanjutnya. Saran tersebut adalah

1. Peneliti selanjutnya disarankan melakukan penelitian dengan topik yang sama dengan menggunakan sampel yang berbeda dan produk digital yang berbeda.
2. Peneliti selanjutnya disarankan menggunakan variabel independen selain persepsi kemanfaatan, norma subjektif, penilaian moral, dan penerimaan harga.
3. Perusahaan video game usahakan menciptakan satu hal yang tidak dapat digunakan oleh produk bajakan.
4. Perusahaan video game usahakan menciptakan produk dengan harga yang sepadan.

