

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai Pengaruh Promosi *Game FPS (First Person Shooter) Valorant* di *Youtube* Terhadap *Word of Mouth Communication* pemainnya di Kota Harapan Indah, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

Pesan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth communication* dengan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$ dan nilai koefisiensi $0,275$, dengan nilai *Thitung* sebesar $3,223 >$ dari *Ttabel* $1,984$. Hal ini menunjukkan bahwa pesan promosi *Game FPS (First Person Shooter) Valorant* tersampaikan dengan baik, semakin baik pesan promosi tersampaikan maka akan semakin besar juga pengaruh seseorang untuk melakukan *word of mouth communication*.

Media promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth communication* dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai koefisiensi $0,391$ dengan nilai *Thitung* sebesar $4,771 >$ dari *Ttabel* $1,984$. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media promosi dalam penyebarannya cukup baik dan berpengaruh terhadap *word of mouth communication* pemainnya di kota Harapan Indah.

Waktu promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth communication* dengan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$ dan nilai koefisiensi $0,247$ dengan nilai *Thitung* sebesar $2,947 >$ dari *Ttabel* $1,984$. Hal ini menunjukkan bahwa waktu promosi yang dilakukan oleh *game FPS (First Person Shooter) Valorant* dapat memberikan stimulus kepada seseorang untuk melakukan *word of mouth communication*.



B. Saran

Melalui hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, penulis menyadari masih terdapat banyak ketidaksempurnaan dan kekeliruan yang ada dalam penelitian ini. Namun, dengan penelitian ini peneliti berharap dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat.

Bagi perusahaan pengembang *game* FPS, diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan dan kebijakan untuk terus mempertahankan, dan menjaga pesan promosi, media promosi, dan waktu promosi yang telah dilakukan, dan terus meningkatkan kualitas promosi dengan kreatif agar semakin lebih banyak lagi *word of mouth communication* yang dilakukan hingga nantinya seseorang melakukan tahap keputusan pembelian atau mengunduh *game* tersebut.

Bagi para peneliti selanjutnya, diharapkan untuk dapat mengkaji lebih dalam lagi dalam subjek penelitian, sehingga nantinya hasil yang didapatkan bisa digeneralisasikan secara keseluruhan dalam lembaga tersebut dan dalam penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBI KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.