

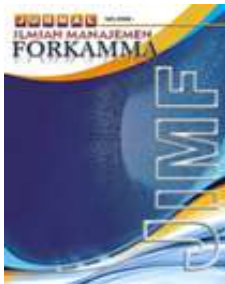
Pengaruh Kualitas dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Bermain Game Mobile Legends: Bang Bang Kota Karawang

Agung Cahya Pratama¹⁾; Nelly Martini²⁾

^{1,2)} Universitas Singaperbangsa Karawang, agung.cahya17031@student.unsika.ac.id

ARTICLES INFORMATION

ABSTRACT



JURNAL ILMIAH MANAJEMEN FORKAMMA

Vol.5, No.1, November 2021

Halaman : 90 – 100

© LPPM & FORKAMMA

Prodi Magister Manajemen
UNIVERSITAS PAMULANG

ISSN (online) : 2599-171X

ISSN (print) : 2598-9545

Keyword :

Kualitas Produk; Inovasi
Produk; Kepuasan Konsumen

JEL. classification :

O15,

Contact Author :

**PRODI
MAGISTER MANAJEMEN &
FORKAMMA UNPAM**

JL. Surya Kencana No.1 Pamulang

Tangerang Selatan – Banten

Telp. (021) 7412566, Fax (021) 7412491

Email :

jurnalforkamma.unpam@gmail.com

Abstract. Tujuan di balik penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran dari kualitas, inovasi produk, kepuasan bermain dalam game Mobile Legends. Untuk menemukan hubungan antara kualitas item dan kemajuan item dalam game compact legend. Untuk memutuskan dampak yang tidak lengkap dari Kualitas Produk dan Inovasi Produk pada pemenuhan pembeli di game Legenda Nyaman. Untuk mengetahui Dampak Sinkron dari Kualitas Item dan Pengembangan Item terhadap Pemenuhan Pembeli di Game Legenda Nyaman. Strategi pemeriksaan yang digunakan adalah teknik kuantitatif dengan pendekatan Deskriptif dan Verifikatif. Sampel yang digunakan dalam pengujian ini adalah 170 sampel dengan menggunakan strategi pengujian purposive. Dengan memanfaatkan prosedur dan cara pemeriksaan Skala Likert. Berdasarkan hasil penelitian membuktikan terdapat pengaruh positif dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada dampak positif dan kritis kualitas barang terhadap kepuasan pembeli dengan nilai 0,026 atau 2,6%. Ada hasil konstruktif kritis antara kemajuan item pada pembeli dengan nilai 0,41 atau 41%.

The purpose behind this research is to find out the description of quality, product innovation, satisfaction playing in the Mobile legends game. To find the relationship between item quality and item progress in the compact legend game. To determine the incomplete impact of Product Quality and Product Innovation on buyer fulfillment in the game Legend of Comfort. To find out the Synchronous Impact of Item Quality and Item Development on Buyer Fulfillment in the Convenient Legend Game. The examination strategy used is a quantitative technique with a descriptive and verification approach. The sample used in this test is 170 samples using a purposive testing strategy. By utilizing the procedures and methods of examination of the Likert Scale. Based on the results of the study, it proves that there is a positive effect from this study, indicating that there is a positive and critical impact on the quality of goods on buyer satisfaction with a value of 0.026 or 2.6%. There is a critical constructive result between the progress of the item on the buyer with a value of 0.41 or 41%.

A. PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan internet semakin berkembang luas dimana internet bukan hanya sekedar sarana informasi dan komunikasi saja melainkan juga dapat menjadi kebutuhan yang digunakan dalam berbagai kegiatan. Internet juga berdampak positif dimana dengan adanya internet memudahkan komunikasi serta kecepatan lalu lintas informasi yang didapatkan tanpa mengurangi batasan waktu. Perkembangan internet mengalami perubahan yang sangat pesat dimana menyebabkan perubahan pada tatanan kehidupan bermasyarakat.

Pada era globalisasi seperti saat ini perkembangan industri hiburan, teknologi dan komunikasi begitu sangat cepat. Saat ini web tidak hanya untuk data perdagangan, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan pengalihan. Perkembangan internet ini dijadikan peluang oleh perusahaan dalam bidang teknologi berbasis internet dimana perkembangan bisnis internet ini mendorong bangkitnya industri kreatif berbasis teknologi komunikasi dan informasi, yang berbentuk game online. Perkembangan game pada zaman dahulu jauh lebih modern dari zaman sekarang dimana pada zaman dahulu permainan hanya bisa dimainkan hanya secara offline namun sekarang berkat adanya internet kita dapat mengakses permainan melalui internet. Game online saat ini sudah banyak ragamnya seiring dengan perkembangan dan kemajuan teknologi itu sendiri.

Mobile Legends: Bang Bang merupakan salah satu game online yang sedang trend dan sering dimainkan oleh masyarakat Indonesia. Game ini merupakan game berbasis MOBA dimana game yang saat ini mungkin merupakan game paling mainstream yang sering dimainkan oleh masyarakat Indonesia khususnya anak muda Indonesia. Game Portable Legend: Bang muncul di Indonesia sejak tahun 2016 dan mulai terkenal di tahun 2017. Di tahun 2020 ini game portable legend mungkin merupakan game terbaik yang menempati posisi 1 dari para pesaingnya, misalnya game PUBG Versatile yang menempati posisi kedua. Sampai saat ini jumlah pengunduh game serbaguna Legend sendiri telah diunduh lebih dari 100.000.000+ kali melalui Playstore dan Appstore.

Tabel 1 DATA UNDUH APLIKASI GAME DI PLAYSTORE DAN APPSTORE PADA TAHUN 2020

No.	NAMA GAME	PLAYSTORE	APPSTORE
1.	Mobile Legends: Bang Bang	>100 juta	516.824
2.	PUBG Mobile	>100 juta	161.112
3.	Minecraft	>10 juta	3.092

Sumber: Playstore & Appstore (2020)

Dari data di atas Game Mobile Legends: Bang Bang memiliki jumlah pengunduh terbanyak dengan ke-1 lebih 100 juta pengunduh melalui playstore dan 516.824 kali diunduh melalui Appstore. Meskipun Mobile Legends mempunyai data pengunduh terbanyak, jumlah pemain yang masih aktif hanya mencapai kurang lebih pada angka 50%.

Pada tahun 2020 lalu Mobile Legend: Bang Bang mempunyai jumlah player aktif sebanyak 49.98 juta perharinya. Hal ini berdasarkan data yang diungkapkan oleh Country Manager Mobile Legend yang menyatakan bahwa untuk Indonesia menurutnya dari jumlah player tersebut setidaknya 50% adalah pemain yang berasal dari Indonesia.

atau dapat di katakan memiliki sekitar 25juta pemain aktif perharinya yang memainkan game MOBA Mobile pertama ini. (Sumber : ggwp.id,2020).

Tabel 2 RATING APLIKASI GAME DI PLAYSTORE DAN APPSTORE PADA TAHUN 2020

NO.	NAMA GAME	PLAYSTORE	APPSTORE
1.	Minecraft	4,5/5	4,2/5
2.	PUBG Mobile	4,3/5	4,3/5
3.	Mobile Legends: Bang Bang	4,1/5	4,4/5

Sumber: Playstore & Appstore (2020)

Berdasarkan tabel diatas yang menunjukkan bahwa rating pada aplikasi mobile legend hanya sekitar 4,1/5 dipalystore dan 4,4/5 diappstore sedangkan games Minecraft memiliki pengunduh yang sedikit dibandingkan dengan game Mobile Legend: bang bang yang hanya mendapatkan ranting sekitar 4.5/5 diplaystore dan 4,2/5 diappstore.

Game Versatile Legend memiliki metodologi konflik dengan menyatukan lima individu (5 lawan 5) yang memiliki 3 jalur dimana 3 jalur tersebut harus dijaga dengan sebuah turrent. Turrents adalah puncak untuk memastikan perlindungan di setiap 3 jalur. Setiap kelompok memiliki tujuan yang sama, khususnya untuk memusnahkan musuh melalui 3 cara yang berbeda dengan orang-orang kudus yang berbeda yang dapat digunakan oleh klien legenda portabel individu di seluruh dunia. Legenda adalah orang yang akan dibatasi oleh setiap klien dalam permainan. Game berbasis web ini juga menyertakan kontrol gaya joystick virtual di sebelah kiri layar dan tangkapan keahlian di sebelah kanan. Untuk mendapatkan Saint and Expertise klien bisa mendapatkannya dengan biaya mulai dari Rp. 15.000.- sampai dengan Rp. 2.000.000,. per (benda). Selain itu, ada berbagai jenis permainan yang dapat dimainkan oleh level up yang digunakan oleh pemain, seperti mode teladan, mod posisi, mode pertarungan, mode kecerdasan manusia versus simulasi dan mode kustom (Sumber: www.ggwp.id).

Indonesia berhasil memenangkan pretasi luar biasa dalam bidang olahraga dimana saat itu Game online masuk dalam turnamennya yaitu Mobile Legend : Bang bang M1 World Championship di Axiata Arena , Kuala Lumpur Malaysia, Minggu (17/11/2019). Dimana pada saat itu Tim Evos Legend harus menghadapi rivalnya, Yaitu Rex Regum Qoen (RRQ) yang sama-sama merupakan tim perwakilan indonesia yang lolos ke fase final. Evos Legend memperoleh skor dengan skor yang berbeda tipis yaitu 4:3 sehingga membuat mereka menjuarai turnamen dengan skala internasional. (Sumber: Kompas.com. 2019).

Walaupun aplikasi Mobile Legend : Bang bang sangat diminati oleh masyarakat indonesia tetapi tidak sedikit yang kecewa terhaap kualitas yang dimiliki oleh aplikasi ini. Pengguna menceritakan pengalaman bermain game Mobile Legend : Bang bang terkna bug sehingga menyebabkan tidak bisa "log in" atau masuk kedalam game. Padahal pengguna menggunakan perangkat samsung tablet keluaran terbaru. Ada juga penggunaan apalikasi Mobile Legend Bang Bang yang mengelukan terkait buruknya kualitas kestabilan jaringan sehingga hal tersebut membuat pengguna merasa kecewa dan kesal.

Kualitas adalah salah satu faktor penting dalam suatu produk. Pada dasarnya kualitas produk akan dirasakan oleh konsumen itu sendiri, karena konsumen yang menggunakan barang tersebut. Apabila produsen ingin tetap bertahan pada pasarnya, maka perlu menyediakan produk yang berkualitas baik. (Widiaswara,2020).

Yurino atau yang dikenal dnegan nickmane Donkey merupakan slah satu Palayer Evos Legend yang menjuarai turnamen Mobile Legend (M1) skala internasional mengungkapkan bahwa dirinya merasa bosan dengan Mobile Legend. Hal tersebut

diungkapkan melalui akaun instagramnya, yang mengatakan “ bahwa ia bosan bermain mobile legend : Bang bang dan berniat mencoba ranah e-sport pada game League of Legend : Wild Rift di Mobile (Smartphone). (Sumber: Kotakgame.com, 2020).

Hal tersebut disebabkan kurangnya inovasi yang dilakukan oleh pihak moonton yang merupakan perusahaan pendiri game mobile legend : Bang bang tersebut. Oleh karena itu pihak Monnton perlu melakukan berbagai macam inovasi supaya para pengguna aplikasi Mobile legend tidak merasa bosan dan pindah ke aplikasi pesaingnya.

Inovasi adalah suatu barang atau jasa yang dilihat oleh pembeli sebagai barang atau administrasi lain. Pada dasarnya, pengembangan dapat dicirikan sebagai kemajuan yang diidentifikasi dengan item baru. Sedangkan menurut Kottler dan Keller (2013:97) dalam Sinurat et al (2017), menyatakan bahwa inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk-produk atau jasa baru . inovasi juga termasuk pada pemikiran bisnis baru dan proses baru. Oleh sebab itu perusahaan diharapkan menciptakan pemikiran baru , gagasan baru yang menawarkan produk inovatif serta memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan.

Menurut Kusma et. al (2014) dalam Widiawara, (2017). Item adalah apa pun yang dapat ditawarkan untuk dipertimbangkan, diminta, digunakan, atau digunakan yang dapat mengatasi masalah pelanggan. Kemajuan barang sangat penting yang akan mempengaruhi pembeli, terutama pada pemenuhan pelanggan dan ketergantungan pembeli, semakin baik pengembangan barang, pembeli akan puas dan tabah dengan barang dan administrasi yang ditawarkan oleh perusahaan (Sinurat et al, 2017).

B. KAJIAN LITERATUR

Pengertian Kualitas Produk

Seperti yang ditunjukkan oleh Kotler dan Armstrong, (2004) dalam Puspita et al (2017), pentingnya kualitas item adalah "Kapasitas item untuk memainkan kapasitasnya, ia menggabungkan soliditas, ketergantungan, akurasi item secara umum, aktivitas yang sederhana. dan kualitas, dan kualitas terhormat lainnya" yang menyiratkan kemampuan item untuk memainkan kapasitasnya, ini termasuk dalam soliditas umum, keandalan, ketepatan, kesederhanaan aktivitas, dan perbaikan item sebagai sifat yang berbeda.

Menurut Mowen dan Minor (2002) dalam Widiawara (2017), Kualitas produk (product quality) diartikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang atau jasa.

Pengertian Inovasi Produk

Tandia & Iriani (2018) dalam Dachi (2020) Menyatakan bahwa Inovasi produk adalah setiap barang atau produk yang telah dikembangkan atau dimodifikasi yang dianggap sebagai produk baru.

Seperti yang diungkapkan oleh Dewi (2006), dalam Ramdani et al (2021), Item Inovasi Produk adalah sejauh mungkin untuk membuat sesuatu sesuai keinginan klien. Sebuah desain ulang hal-hal adalah sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan terhormat dari hal-hal yang dapat membuat hal-hal satu tahap sama sekali tidak seperti hal-hal pesaing.

Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2006:349) dalam Putra et al (2017), bahwa kepuasan pembeli adalah respons klien terhadap ketidakteraturan yang tampak antara kecurigaan yang mendasari sebelum melakukan pembelian (atau pedoman pelaksanaan lainnya) dan

tampilan asli barang tersebut. barang dagangan yang dirasakan setelah digunakan. Sesuai Boone dan Kurtz (2007) dalam Pardede dan Haryadi (2017), Menyatakan bahwa pemenuhan pembeli adalah hasil kerja dan produk yang mengatasi atau melampaui masalah dan asumsi pembeli. Gagasan item atau administrasi yang memenuhi pembeli dengan memiliki pilihan untuk memenuhi atau melampaui asumsi mereka sangat penting untuk kegiatan organisasi.

Menurut Oliver dalam Pardede dan Haryadi (2017) menyatakan bahwa pemenuhan adalah reaksi klien terhadap kepuasan persyaratan, yang menyiratkan bahwa penilaian klien terhadap tenaga kerja dan produk memberikan tingkat kenyamanan yang diidentifikasi dengan kepuasan kebutuhan termasuk kepuasan kebutuhan. yang tidak memenuhi asumsi atau kepuasan yang melampaui asumsi klien.

C. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan yaitu menggunakan metode Kuaktitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif dimana terdapat variabel yang akan di analisis yang nantinya brkitan dnegan tujuan penelitian dan memberikangambaran secara sistematis tentang fakta dan hubungan anatara variabel yang di teliti.

Populasi Yang digunakan dalam penelitian ini yaitu salah satu komunitas Mobile Legend di Karawang yaitu komunitas mabar game online cikampek (MGOC) yang berjumlah 295 orang . dalam menghitung sampel penelitian ini menggunakan rumus Sovin dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

$$n = \frac{295}{(1 + 295(0,05)^2)}$$

$$n = 169,7 = 170$$

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 170 contoh. Dengan menggunakan Teknik sampling Purposive sampling

Uji Keabsahan data yang terdiri dari uji validiras, normalitas, dan reliabilitas. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan verifikatif yang terdiri dari analisis jalur ,analisis korelasi dan uji determinasi. Uji Hipoteisis yang digunakan adalah uji parsial (uji t), dan uji simultan (uji F).

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Korelasi Kualitas Produk (X1) dan Inovasi Produk (X2)

Pada analisis jalur, hubungan antar variabel bebas yang memiliki hubungan yang dapat di hitung bersamaan pengaruh langsung maupun tidak langsung. Pengaruh tidak langsung ialah perkalian antara koefisien jalur dengan dengan koefisien korelasinya. Karenanya, perlu dihitung lebih dulu tiap besaran koefisien korelasi di antara varaiabel bebas tersebut. Agar hubungan antara kedua variabel bebas lebih jelas, akan dijelaskan tabel di bawah ini:

		Correlations	
		Kualitas Produk	Inovasi Produk
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	.690**
	Sig. (2-tailed)		.000

	N	170	170
Inovasi Produk	Pearson Correlation	.690**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	170	170

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dapat dilihat dari tabel diatas memperlihatkan bahwa nilai signifikannya yaitu sebesar 0,000 yang artinya memiliki hubungan (Korelasi) dengan koefisien korelasi antara variabel Kualitas Produk (X1) dengan Inovasi Produk sebesar 0,690.

Analisis Jalur

Hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS, diperoleh koefisien jalur untuk setiap variabel Kualitas Produk (X1) dan Inovasi Produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hasil tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6.429	2.189		2.937	.004
	Kualitas Produk	.187	.080	.162	2.334	.021
	Inovasi Produk	.697	.075	.641	9.268	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan table diatas, menunjukan bahwa koefisien jalur antara variabel kualitas produk (X1) dan inovasi produk (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Nilai itu masing – masing dijelaskan sebagai berikut:

Koefisien Jalur Variabel Kualitas Produk (X1) Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y).

Berdasarkan tabel 4.35 koefisien jalur untuk variabel Kualitas Produk (X1) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) adalah 0,162. Hal ini menunjukan bahwa koefisien jalur variabel Kualitas produk (X1) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) sehingga diperoleh persamaan $Y = 0,162 X1$.

Adapun nilai koefisien determinasi / coefficient determiner (CD) antara variabel Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 CD &= r^2 \times 100\% \\
 &= (0,162)^2 \times 100\% \\
 &= 0,026 \times 100\% \\
 &= 2,6 \%
 \end{aligned}$$

Dari perhitungan koefisien determinasi didapatkan nilai sebesar 2,6% artinya kepuasan konsumen dipengaruhi secara langsung oleh kualitas produk.

Koefisien Jalur Variabel Inovasi Produk (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan tabel koefisien jalur untuk variabel Inovasi Produk (X2) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) adalah 0,641. Hal ini menunjukkan bahwa koefisien jalur variabel Inovasi Produk (X2) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) sehingga diperoleh persamaan $Y = 0,641X_2$.

Adapun nilai koefisien determinasi / coefficient determiner (CD) antara variabel Green Promotion terhadap keputusan pembelian dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$CD = r^2 \times 100$$

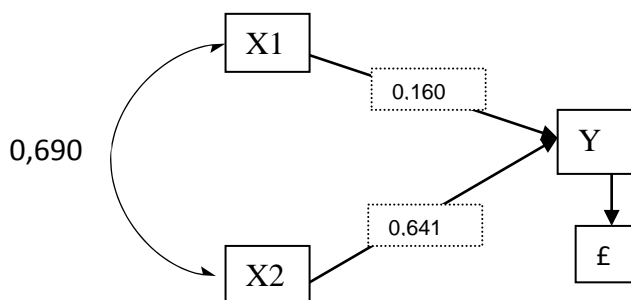
$$CD = (0,641)^2 \times 100$$

$$CD = 0,41 \times 100$$

$$CD = 41\%$$

Hasil dari perhitungan koefisien determinasi di dapatkan nilai sebesar 41% artinya, Kepuasan Konsumen dipengaruhi secara langsung oleh Inovasi Produk sebesar 41%.

Koefisien Jalur Variabel Kualitas Produk (X1) Dan Inovasi Produk (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Koefisien jalur variabel Kualitas Produk (X1) dan Inovasi Produk (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 24, 2021.

Gambar Koefisien Jalur Variabel Kualitas produk (X1) Dan Inovasi Produk (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa korelasi antara Kualitas Produk dan Inovasi Produk sebesar 0,690 serta besaran derajat positif asosiatif atau koefisien jalur variabel Inovasi Produk (0,641) lebih tinggi dibandingkan dengan variabel Kualitas Produk (0,160) artinya Inovasi Produk (X2) berkontribusi terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dibandingkan variabel Kualitas Produk (X1).

Adapun persamaan jalurnya adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,160 X_1 + 0,641 X_2 + P_y \epsilon$$

Keterangan:

X1 = Kualitas Produk

X2 = Inovasi Produk

Y = Kepuasan Konsumen

Korelasi Kualitas Produk (X1) dan Inovasi Produk (X2)

Dari hasil analisis didapatkan besarnya koefisien hubungan antara variabel bebas terhadap kualitas produk, Inovasi Produk, nilai antara kualitas Produk dan Inovasi Produk adalah 0,690. Dengan cara ini, kualitas item dan kemajuan item memiliki hubungan searah yang solid karena berada dalam rentang koefisien 0,601-0,800 dengan Kategori kuat (Sugiyono, 2012).

Pengaruh Parsial Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Struktural	Sig	A	t hitung	t tabel	Kesimpulan
p_{YX1}	0,021	0,05	2,334	1,97419	H0 ditolak

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 24, 2021.

Tabel tersebut memperlihatkan bahwa nilai sig (0,021) < α (0,05) dan t hitung 2,334 maka H0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen.

Pengaruh Parsial Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Struktural	Sig	A	t hitung	t tabel	Kesimpulan
p_{YX2}	0,000	0,05	9,268	1,97419	H0 ditolak

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 24, 2021.

Tabel tersebut memperlihatkan bahwa nilai sig (0,000) < α (0,05) dan t hitung 9,268 maka H0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Inovasi Produk berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen.

Pengaruh Simultan antara Kualitas Produk (X1) dan Inovasi Produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Struktural	Sig	A	F hitung	F tabel	Kesimpulan
p_{YX1X2}	0,000	0,05	115,572	2,66	H0 ditolak

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 24, 2021.

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai sig (0,000) < (0,05) dan f hitung (115,572) > fTabel (2,66) maka pada saat itu H0 ditolak. Oleh karena itu, cenderung

dianggap bahwa kualitas Produk(x1) dan Inovasi (x2) secara simultan mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y).

E. KESIMPULAN

1. Terdapat hubungan antara kualitas produk dengan inovasi produk pada Game Mobile Legends: Bang bang yaitu 0,690 dengan nilai yang termasuk dalam kategori dan searah karena memiliki nilai positif.
2. Analisis Jalur Variabel Kualitas Barang (X1) dan Pengembangan Barang (X2) Terhadap Keputusan Konsumen (Y)
 - a. Sebuah. Pengaruh parsial Kualitas produk (X1) terhadap keputusan konsumen (Y) memiliki nilai sebesar 0,023 atau 2,3%. Hal ini menunjukkan pengaruh positif terhadap pemenuhan pembeli.
 - b. Pengaruh Parsial variabel inovasi produk (X2) terhadap Keputusan konsumen (Y) memiliki nilai sebesar 0,41 atau 41%. Hal ini menunjukkan pengaruh positif terhadap pemenuhan pembeli.
3. Variabel Kualitas Produk dan Inovasi produk secara keseluruhan mempengaruhi kepuasan pembeli bermain Game Mobile Legends: Bang bang di Kabupaten Karawang. Dampak kualitas item dan pengembangan item adalah 58,1%. Hal ini menyiratkan bahwa Kualitas Barang (X1) dan Pengembangan Barang (X2) memiliki komitmen terhadap Pemenuhan Pembeli (Y) sedangkan kelebihan 41,9% merupakan komitmen dari berbagai faktor yang tidak dianalisis.

Saran

Saran bagi lembaga

1. Sifat item yang diklaim oleh game Mobile Legends: Bang dapat diterima karena banyak reaksi dari responden yang menyatakan setuju dengan berbagai petunjuk Item Quality yang telah ditampilkan pada akhirnya. Oleh karena itu, penting bagi organisasi untuk meningkatkan kualitas dalam game Portable Legends: Bang agar tidak kalah dengan pesaing.
2. Peningkatan Item dari Game Serbaguna Legends: Bang dapat diterima karena berbagai reaksi dari responden menyatakan Mengakui berbagai penanda pengembangan item yang telah digambarkan pada akhirnya. Oleh karena itu, organisasi Mobile Legends: Bang bang terus berkembang sehingga banyak orang yang tertarik dengan game ini.
3. Pemenuhan Pembeli dalam game Mobile Legends: Bang bang di Karawang dapat diterima karena berbagai reaksi dari responden menyatakan setuju dengan berbagai petunjuk Pemenuhan Pembeli yang telah digambarkan pada bagian akhir. Karena itu, penting bagi organisasi dan individu untuk meningkatkan kualitas dan pengembangan mereka sehingga pembeli senang dengan game Portable Legends: Bang.

Saran bagi peneliti selanjutnya

- 1) Saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan menjalankan penelitian yang lebih baik, terinci ada masalah yang ada dalam gim Mobile Legends: Bang Bang yang di teliti

dapat terpecahkan, sesuai dan bermanfaat bagi perusahaan yang diteliti.

2) Peneliti selanjutnya di harapkan untuk meneliti variabel lain yang di teliti pada penelitian berikut yang berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

3) Peneliti Selanjutnya diharapkan untuk mempergunakan metode lain pada penelitian supaya tidak menimbulkan kejenuhan pada penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen: Teori dan Aplikasi* (1st ed.). AE Publishing.
- Astawa, I. B. M. (2017). *PENGANTAR ILMU SOSIAL* (1st ed.). PT. Raja Grafindo Persada.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Deepublish.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7, 17–32.
- Ernawati, S., dan Kurniawati, U. (2020). Pengaruh Item Imagination dan Item Advancement terhadap Pemenuhan Pembeli di Mie Steak House. *ISOQUANT: Buku Harian Aspek Keuangan, Eksekutif dan Pembukuan*, 4(1), 112. <https://doi.org/10.24269/iso.v4i1.399>
- Haryono, T., dan Marniyati, S. (2018). Pengaruh Arah Pasar, Perkembangan Barang, dan Kualitas Barang Terhadap Pelaksanaan Usaha di Keunggulan. *Buku Harian Bisnis dan Dewan*, 17(2), 51. <https://doi.org/10.20961/jbm.v17i2.17174>
- Lesmana, R., Sunardi, N., & Kartono. The Effect of Financing and Online Marketing on MSMEs Income Increasing at Intermoda Modern Market BSD City Tangerang Selatan. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(7), 25-34
- Lesmana, R., Sutarman, A., & Sunardi, N. Building A Customer Loyalty Through Service Quality Mediated by Customer Satisfaction. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(3), 38-45
- Marit, E., Nainggolan, P., Nainggolan, L., Purba, B., mardia, Sudarmanto, E., Rahman, A., Nugraha, N., Kareth, M., Purba, E., Faried, A., & Hasibuan, A. (2021). *Pengantar Ilmu Ekonomi* (A. Karim (ed.); 1st ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Pardede, R., dan Haryadi, T. Y. (2017). Pengaruh Wawasan Nilai dan Kualitas Barang terhadap Pilihan Pembelian Pelanggan yang Diselenggarakan oleh Pemenuhan Pembeli. *Buku Harian Bisnis dan Administrasi Terapan*, 10(1). <https://doi.org/10.30813/jbam.v10i1.870>
- Putra, G.P., Arifin, Z., dan Sunarti. (2017). DAMPAK KUALITAS BARANG TERHADAP Pilihan Pembelian DAN PENGARUHNYA TERHADAP Pemenuhan Pembeli. 45(6), 16.
- Rachmawati, R., Administrasi, J. T., Cipta, D., dan Semarang, U. N. (2011). Pekerjaan Mempromosikan Campuran untuk Memperluas Penawaran (Investigasi Bisnis Restoran). *Buku Harian Kemampuan Khusus*, 2 (2),143–150.
- Ramdani,S.,Danial,R.D.M., & Norisanti, N. (2021). MINAT BELI BERDASARKAN CREATIVE PROMOTION DAN INOVASI PRODUK. *ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, 2.

- Sembiring, E.A. (2019). Dampak Teknik Pencatatan Saham Dengan Sia-Menempatkan Kerangka Intermiten Dan Tanpa henti Sehubungan Dengan Pengambilan Saham Dalam Organisasi Pertukaran Di Pt Jasum Jaya. *Agregated Diary (Pembukuan dan Rilis Eksplorasi Dewan)*, 1(1), 69–77. <http://e-journal.potensi-utama.ac.id/ojs/index.php/Aggregated/article/see/584>
- Sinurat, E., Lumanauw, B., dan Roring, F. (2017). Pengaruh pengembangan barang, nilai, citra merek dan kualitas administrasi pada dedikasi klien kendaraan Suzuki Ertiga. 5(2), 2230–2239.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). CV. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (22nded.). ALFABETA, CV.
- Sunardi, N., & Lesmana, R. (2020). Konsep Icepower (Wiramadu) sebagai Solusi Wirausaha menuju Desa Sejahtera Mandiri (DMS) pada Masa Pandemi Covid-19. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 4(1).
- Utami, H.N., & Firdaus, I.F.A. (2018). Ekodemika. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2(1), 136-146. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/3407/pdf>
- Widiaswara, T. (2017). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*. 6, 1–15.
- Wijaya, C. V. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk
- Wijayanto, D. (2012-2013). *Pengantar Manajemen* (1st ed.). PT. Grammedia Pustaka Utama.
- Wirawan, D.E., dan Ismunandar. (2020). DAMPAK SERVICESCAPE DAN Item Advancement TERHADAP Pemenuhan Pembeli PADA Panduan UMA ILO BIMA CITY. 9(2), 387–396.