

PETA PERSEPSI PENGGUNA GAME CONSOLE BERDASARKAN ATRIBUT KUALITAS PRODUK

Sukmo Nugroho¹, Refi Rifaldi²

Universitas Telkom

Abstrak

Perkembangan teknologi dan era globalisasi memperluas pasar produk dari suatu perusahaan juga memunculkan persaingan yang semakin ketat. Persaingan tersebut memposisikan pemasar untuk selalu merebut market share sebesar-besarnya. Salah satu cara untuk mencapai keadaan tersebut adalah dengan membentuk persepsi konsumen. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui peta persepsi tentang kualitas masing-masing game console yang terdiri performance, features, reability, conformance, durability, serviceability, aesthetics dan perceived quality. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Analisis dilakukan dengan menggunakan multidimensional scalling untuk memetakan atribut-atribut dalam percetual map dengan jumlah responden sebanyak 100 orang dengan teknik pengambilan sampel secara convenince sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna game console mempersepsikan Playstation 2 paling unggul dalam atribut kualitas secara keseluruhan. Playstation 3 dan XBox 360 dipersepsikan sebagai game console dengan kualitas features dan grafik yang paling baik serta memiliki bentuk yang paling indah. Playstation Portable dipersepsikan memiliki perceived quality yang baik. WII dan Nintendo DS dipersepsikan kurang baik oleh pengguna game console. Kata kunci : peta persepsi, game console, atribut kualitas produk

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Tinjauan Terhadap Objek Studi

1.1.1. Game konsol

Game konsol adalah sebuah mesin elektronik yang dirancang khusus untuk memainkan permainan video. Perangkat penampil grafiknya dapat berupa monitor komputer atau televisi, alat pengendalinya disebut *joystick* atau *controller*. Konsol permainan pertama kali dibuat Atari, kemudian dilanjutkan dengan Nintendo dengan merajai pasaran pada tahun 1985-1989. Konsol permainan modern saat ini adalah Playstation buatan Sony dan Xbox buatan Microsoft. Konsol yang berdimensi kecil dan mudah dibawa kemana-mana disebut konsol portabel, misalnya Playstation Portable yang dirilis oleh Sony pada tahun 2005 dan Nintendo DS yang diproduksi oleh Nintendo.

1.1.1.1. Sony

Sony adalah perusahaan elektronik yang berpusat di Tokyo, Jepang. Sekarang ini Sony merupakan produsen elektronik terbesar di dunia dan salah satu perusahaan terbesar di Jepang dan di dunia. Perusahaan Sony diperdagangkan di bursa saham Tokyo dengan nomor 6758 dan bursa saham New York sebagai SNE melalui EDR.

Sony didirikan pada 7 Mei 1946 dengan nama Perusahaan Telekomunikasi Tokyo dengan sekitar 20 karyawan. Produk konsumen mereka yang pertama adalah sebuah penanak nasi pada akhir 1940an.

Seiring dengan berkembangnya Sony sebagai perusahaan internasional yang besar, ia membeli perusahaan lain yang mempunyai sejarah yang lebih lama termasuk Columbia Record (perusahaan rekaman tertua yang masih ada yang berdiri tahun 1888).

Nama “Sony” dipilih sebagai gabungan kata latin *Sonus* yang merupakan akar dari sonik dan bunyi, dan kata Inggris *Sonny* (“anak kecil”) yang setelah dikombinasikan berarti sekelompok kecil anak muda yang memiliki energi dan kemauan keras terhadap kreasi dan inovasi ide yang tak terbatas. Pada saat itu, sangatlah aneh bagi sebuah perusahaan Jepang untuk menggunakan huruf Roman untuk mengeja namanya, apalagi penggunaan aksara fonetis yang digunakan dalam penulisan bahasa Jepang. Dan pada 1958 perusahaan mulai secara formal mengadopsi nama ”Sony Corporation” sebagai nama perusahaan. Mudah digunakan dan mudah dieja dalam segala bahasa dunia. Nama Sony menggaungkan semangat kebebasan dan keterbukaan dalam inovasi.

Pada 1988, Sony membeli CBS (Columbia) Records Group dari CBS. Ia kemudian dinamakan Sony Music Entertainment. Dan pada tahun 2000, Sony mempunyai penjualan sebesar US \$ 63 milyar dan 189.700 karyawan. Sony mengakuisisi perusahaan Aiwa pada tahun 2002.

a) **Playstation 2**

Gambar 1.1. Logo PS2



Playstation 2 (PS 2) adalah konsol video game kedua yang dikeluarkan oleh Sony setelah Playstation. Pengembangannya pertama kali diumumkan pada bulan April 1999 dan dilempar ke pasar pertama kali tanggal 4 Maret 2000 di Jepang. Adapun di Amerika Serikat, konsol ini dipasarkan pertama kali pada tanggal 26 Oktober 2000. Pada tahun pertama peredaran Playstation 2, konsol ini mengalami penjualan yang tidak mengejutkan dibanding konsol Playstation, tetapi lama kelamaan konsol ini berhasil merajai pasar dengan catatan penjualan sebanyak 90 juta unit.

b) Playstation 3

Gambar 1.2. Logo PS3



Playstation 3 (PS 3) adalah konsol Sony generasi ketiga. Playstation 3 merupakan penerus dari playstation dan playstation 2. Konsol ini bersaing dengan XBox 360 dari Microsoft dan WII dari Nintendo.

Playstation 3 dirilis di Jepang pada tanggal 11 November 2006 di Amerika Utara (Amerika Serikat dan Kanada), Hongkong dan Taiwan dan 1 atau 7 Maret 2007 di Eropa dan Australia dan wilayah PAL lainnya. Playstation 3 dirilis dengan 2 tipe, basic dan premium/platinum. Playstation 3 secara resmi diperkenalkan kepada dunia pada tanggal 16 Mei 2005 di E3. Konfigurasi pertama dipertunjukkan di TGS (Tokyo Game Show) 2006.

Teknologi terbaru yang digunakan adalah *cell procesor*-nya, tipe prosesor yang benar-benar dioptimalkan untuk melakukan operasi

floating point. Berbed dengan prosesor desktop pada umumnya, kemampuan *cell processor* PS 3 untuk melakukan operasi *floating point* sangat baik. Kemampuan *cell processor* untuk melakukan operasi *floating point* sangat baik karena *cell processor* merupakan arsitektur *vector processor*. Bahkan processor yang digunakan PS 3 ini merupakan processor yang tercanggih saat ini.

c) **Playstation Portable**

Gambar 1.3. Logo PSP



Playstation Portable (PSP) adalah sebuah konsol permainan genggam tangan (*handeld*) yang dibuat oleh Sony Computer Entertainment. Pembuatan konsol ini pertama kali diumumkan dalam acara E3 2003 dan diluncurkan pada tanggal 11 Mei 2003 dalam sebuah konferensi pers Sony sebelum sebelum E3 2004 dimulai. Peluncuran resmi PSP di Jepang dilakukan pada 12 Desember 2004, di Amerika Utara pada 24 Maret 2005, dan di daerah Asia pada Mei 2005 serta di Eropa pada akhir 2005.

PSP merupakan semacam platform hiburan dan diposisikan untuk memainkan permainan video, film dan musik serta menampilkan foto digital. PSP merupakan konsol permainan pertama yang menggunakan Universal Media Disk (UMD) sebagai media penyimpanannya melainkan menggunakan cartridge ROM solid yang konvensional. UMD memiliki ukuran fisik yang lebih kecil daripada CD biasa namun berkapasitas lebih besar hingga 1,8 GB. Selain itu PSP juga memiliki dukungan memory Stick Sony (PRO Duo), fitur dukungan jaringan nirkabel Wi-F, baterai yang dapat diisi ulang serta dilepas, layar LCD lebar, dan stik analog

panel datar yang dapat disorong keluar. Fitur jaringan PSP mendukung konektivitas konsol ini dengan playstation 3, PSP lainnya, dan internet.

1.1.1.2. Nintendo

Nintendo adalah sebuah perusahaan multinasional yang didirikan tanggal 23 September 1889 di Kyoto, Jepang oleh Fusajiro Yamauchi untuk memproduksi kartu-kartu buatan tangan Hanafuda, yang digunakan untuk permainan kartu Jepang dengan nama yang sama. Pada pertengahan abad kedua puluh, Nintendo mencoba beberapa bisnis khusus yang kecil seperti sebuah penginapan asrama dan sebuah perusahaan taksi. Setelah beberapa tahun, menjadi sebuah perusahaan permainan video, dan tumbuh menjadi salah satu diantara yang terbesar dalam industri ini. Di samping permainan video, Nintendo adalah pemilik mayoritas Seattle Mariners, sebuah tim Major League Baseball di Seattle, Washington. Pada tahun 2001, Nintendo juga membeli bagian yang cukup besar untuk Gyration Inc., sebuah perusahaan yang mengkhususkan diri pada gyro dan sensor gerak. Saat ini, saingan utama Nintendo dalam bidang permainan adalah Sony dan Microsoft.

a) WII

Gambar 1.4. Logo WII



WII adalah konsol permainan video kelima Nintendo yang merupakan penerus Nintendo Gamecube. Inovasi utamanya adalah kontroler (*joystick*) yang merespon terhadap letaknya dalam ruang fisik

tiga dimensi yang terletak di depan televisi. Konsol ini diperkenalkan dalam Tokyo Game Show 2005 pada 16 September 2005. Konsol ini dirilis pada November 2006 di AS dan Desember di Jepang dan beberapa wilayah lainnya, dan bersaing dengan Playstation 3 dan XBox 360.

Berbeda dari XBox 360 dan Playstation 3, WII lebih menitik beratkan pada keasyikan bermain dibandingkan tampilan grafik beresolusi tinggi seperti yang dimiliki kedua konsol tersebut. Wiimote merupakan kontroler baru yang unik (yang dilengkapi Nunchuk sebagai kontroler tambahan untuk beberapa jenis game), bentuknya kecil, serta harga yang murah merupakan hal-hal yang menjadi keunggulan konsol ini dibandingkan kedua konsol saingannya.

Wii mempunyai kompatibilitas lama (*backward compatibility*) dengan beberapa konsol lama Nintendo dan Sega, termasuk NES, TurboGarfx-16, SNES, Genesis, Nintendo 64 dan GameCube. Kompatibilitas dengan GameCube dicapai dengan diadakannya slot bagi CD berukuran 8 cm seperti yang digunakan GameCube, sementara untuk yang konsol lainnya hal ini diperoleh melalui jasa konsol virtual (*Virtual Console*) yang merupakan salah satu fitur Wii. Melalui *Virtual Console*, pengguna Wii dapat membeli dan mengunduh *game-game* lama dan dimainkan langsung di Wii melalui *channel* Wii Shop.

b) NDS

Gambar 1.5. Logo NDS



NINTENDO DS

Nintendo DS adalah konsol permainan genggam yang dikembangkan dan diproduksi oleh Nintendo yang dirilis pada tahun 2004. Ia mudah dikenali dengan desain lipat horizontalnya, mirip dengan Game Boy Advance SP, dan adanya dua jenis layar dimana layar bawahnya bekerja sebagai layar sentuh. Di dalamnya juga tertanam sebuah mikrofon dan mendukung standar nirkabel 802.11b (Wi-Fi) yang memungkinkan pemain saling berinteraksi dalam jarak dekat (30-100 kaki tergantung kondisi) melalui layanan Nintendo WiFi Connection.

Nama "DS" merupakan singkatan dari "*Dual Screen*". Selain itu ia juga merupakan singkatan dari "*Developers' System*", merujuk pada fitur-fitur dalam alat genggam ini yang didesain untuk memancing ide-ide sistem permainan yang inovatif di antara para pengembang. Selama masa pengembangan, sistem ini dikenal dengan **Project Nitro**.

Pada 11 Juni 2006, Nintendo merilis DS dengan model yang didesain ulang, bernama Nintendo DS Lite. Nintendo DS Lite telah dilepas ke pasaran ke Amerika Utara, Eropa, dan Australia pada Juni 2006. Model yang didesain ulang dari Nintendo DS ini lebih tipis, ringan, dan memiliki layar yang lebih cerah daripada Nintendo DS.

1.1.1.3. Microsoft

Microsoft Corporation merupakan sebuah perusahaan multinasional yang mengembangkan, memproduksi, lisensi, dan mendukung berbagai macam produk terutama yang berkaitan dengan komputer melalui berbagai produk divisinya. Berkantor pusat di Redmond, Washington, Amerika Serikat, Financial Times Global 500 peringkat ketiga sebagai perusahaan terbesar di dunia pada kuartal pertama tahun 2010. Didirikan pada tanggal 4 April 1975 untuk mengembangkan dan menjual BASIC

interpreter untuk Altair 8800, Microsoft bangkit untuk mendominasi komputer di rumah operasi sistem pasar dengan MS-DOS pada pertengahan tahun 1980-an, diikuti oleh Windows garis sistem operasi. Dikenal karena memiliki bisnis pengembang-sentris budaya, Microsoft memiliki pijakan di pasar lain, dengan aset seperti MSNBC jaringan televisi kabel. perusahaan saham penawaran umum perdana (IPO) adalah pada tahun 1986; kebangkitan berikutnya dari itu harga saham perusahaan telah membuat empat milyarder dan diperkirakan 12.000 jutawan dari karyawan Microsoft.

a) **XBox 360**

Gambar 1.6. Logo XBox 360



XBox 360 yang pada saat pengembangan dikenal dengan nama **Xenon** atau **XBox 2**, adalah penerus konsol permainan video Xbox milik Microsoft. Microsoft secara resmi memperkenalkannya di MTV pada 12 Mei 2005, dan informasi detil mengenai peluncuran dan permainan dibebaskan di akhir bulan yang sama dalam Expo Electronic Entertainment (E3) yang terkenal. Saat dirilis pada 22 November 2005 di Amerika Utara dan Puerto Rico, 2 Desember 2005 di Eropa dan 10 Desember 2005 di Jepang, Xbox 360 menjadi konsol pertama yang diluncurkan berbarengan untuk tiga daerah besar. Ia juga merupakan produk pertama konsol permainan generasi terbaru dan akan bersaing

dengan Sony PlayStation 3 dan Nintendo Wii. Xbox 360 adalah konsol pertama yang dapat memutar film HD-DVD dengan membeli paketnya terlebih dahulu, yang akan direlease kemudian. Xbox 360 juga adalah konsol pertama yang menggunakan stik wireless. Andalan Xbox 360 adalah grafis dan kemampuan onlinenya. Xbox Live adalah salah satu fitur online yang ditawarkan Microsoft selaku produsennya.

1.2. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang semakin pesat menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis baru yang beroperasi di Indonesia. Di satu sisi, era globalisasi memperluas pasar produk dari suatu perusahaan, keadaan tersebut juga memunculkan persaingan yang semakin ketat antar perusahaan.

Persaingan tersebut akan semakin mengarahkan sistem perekonomian Indonesia ke mekanisme pasar yang memposisikan pemasar untuk selalu mengembangkan dan merebut market share (pangsa pasar) sebesar-besarnya. Salah satu cara untuk mencapai keadaan tersebut adalah dengan membentuk persepsi konsumen.

Persepsi merupakan cara orang memandang dunia ini. Dari hal tersebut dapat dilihat bahwa persepsi orang akan berbeda dari yang lain. Cara memandang dunia sudah pasti dipengaruhi oleh sesuatu yang lain di dalam maupun di luar orang itu.

Di samping itu, persepsi konsumen betapa pun tidak logisnya, adalah objek yang sangat penting dalam pemasaran. Yang perlu diketahui disini adalah bahwa persepsi konsumen adalah proses yang rumit, tidak hanya melibatkan panca indera, tetapi juga melibatkan faktor-faktor psikologis. Dalam menangkap sensasi, sistem sensorik mempunyai batas-batas yang

disebut ambang rangsang. Dalam hubungannya dengan ambang rangsang ini, pemasar harus memperhitungkan dengan cermat supaya pesan yang disampaikan bisa diterima secara efektif.

Di dalam bisnis game console di Indonesia dimana tingkat kompetisinya sangat tinggi masing-masing perusahaan berlomba merancang produknya sedemikian sehingga produk yang diproduksi dipersepsikan mempunyai nilai tinggi oleh target marketnya. Persepsi pengguna terhadap variabel-variabel produk game console dapat meliputi persepsi terhadap fungsi dasar (*basic function*), maupun layanan nilai tambah (*value added service*). Persepsi produk di mata konsumennya ini diukur berdasarkan persepsi pengguna terhadap kualitas produk bersangkutan.

Delapan dimensi kualitas produk dalam artikel yang ditulis oleh Hardipurba adalah performance, features, reliability, conformance, durability, serviceability, aesthetics dan perceived quality. Sebagai contoh performance, dalam game console ada produk yang memiliki performance bagus dan ada pula buruk. Untuk features, ada yang memiliki features lengkap seperti PSP dan NDS yang selain untuk bermain game, dapat pula digunakan untuk memutar MP3 atau PS3. Untuk conformance, ada yang memiliki conformance bagus seperti PSP yang mirip pemutar MP3 pada umumnya. Ada game console yang memiliki durability yang tinggi dengan sampai periode tertentu tidak mudah rusak seperti hasil penelitian yang dilakukan terhadap PS2 yang menyebutkan bahwa PS2 sampai waktu tertentu tidak mudah rusak. Serviceability untuk semua game console yang ada di kota-kota besar hampir tidak ada yang mengalami masalah dan relatif mudah ditemukan. Aesthetics untuk tiap game console berbeda-beda dikarenakan tujuan pembuatannya pertama kali sehingga ada yang hanya

menjual game yang grafiknya bagus saja, ada pula yang bentuk consolnya bagus, dan ada pula yang menjual fitur lain.

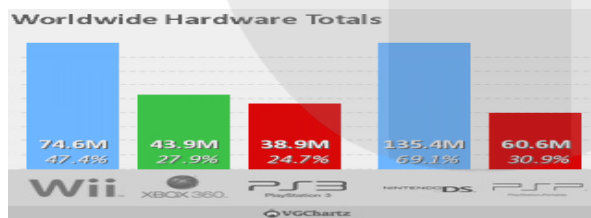
Pengalaman dan perilaku konsumen merupakan faktor terpenting dalam membangun persepsi karena konsumen dapat merasakan puas atau tidak puas akan suatu produk dan memberikan penilaian akan produk tersebut. Selain itu, faktor stimulus juga merupakan hal penting karena salah satu faktor yang membuat seseorang pengguna loyal terhadap produk tertentu sehingga pengguna akan memiliki persepsi positif terhadap produk tersebut.

Menurut Tribunnews.com Indonesia yang merupakan negara berpenduduk terbesar keempat terbanyak di dunia setelah RRC sehingga menjadi pasar yang potensial bagi perusahaan game console. Hal tersebut didukung oleh daya beli masyarakat Indonesia yang relatif tinggi.

Pada Tempointeraktif.com menyebutkan bahwa tahun 2010 BPS Jawa Barat mencatat bahwa jumlah penduduk kota Bandung merupakan yang terpadat di Jawa Barat dengan jumlah 2,3 juta jiwa dan dengan tingkat kepadatan 14.200 orang per km². Minat penduduk Bandung juga relatif tinggi terhadap game console. Hal ini terbukti dengan menjamurnya rental Playstation dan penjual game yang ada di kota Bandung.






Gambar 1.7.

Total Penjualan Konsol Permainan di Dunia



Sumber : <http://www.vgchartz.com>

Tabel 1.1.
Weekly Hardware Chart 16th October 2010

Console	American	Japan	EMEAA	WorldWide
	103,761	48,435	91,491	243,687
	90,053	2,294	69,514	161,861
	68,613	20,807	67,474	156,894
	65,647	13,445	59,002	138,094
	19,683	38,451	29,190	87,324

Sumber : <http://www.vgchartz.com>

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini mengambil judul "Peta Persepsi Pengguna Game Console Berdasarkan Atribut Kualitas Produk".

1.3. Perumusan Masalah

Bagaimana pemetaan persepsi pengguna tentang kualitas masing-masing game konsol?

1.4. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pemetaan persepsi pengguna tentang kualitas masing-masing game konsol yang terdiri dari performance, features, reliability, conformance, durability, serviceability, aesthetics dan perceived quality.

1.5. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam berbagai hal diantaranya :

- 1) Secara Akademis
Untuk menambah wawasan, pengetahuan dalam bidang pemasaran khususnya tentang pemetaan game konsol.
- 2) Secara Praktis
Hasil ini diharapkan dapat berguna bagi perusahaan sebagai pertimbangan kebijakan perusahaan di masa mendatang.
- 3) Secara Umum
Dapat dijadikan bahan pertimbangan dan masukan bagi pihak yang berkepentingan dan tertarik terhadap bahasan ini guna penelitian dan kepentingan lainnya.

1.6. Batasan Penelitian

1. Game konsol yang diteliti persepsi penggunaannya merupakan game yang masih beredar di pasaran saat penelitian ini dibuat dan masih digunakan ketika penelitian ini dibuat mengingat perkembangan teknologi yang sangat cepat.
2. Lokasi yang akan dijadikan penulis sebagai objek penelitian adalah di Bandung.

1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan disusun untuk membeikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan. Dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang tinjauan objek studi, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini kajian pustaka dan uraian umum tentang teori-teori yang digunakan serta literatur-literatur yang berkaitan dengan penelitian yang mendukung permasalahan.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian yang digunakan, operasionalisasi variabel dan skala pengukuran, jenis dan teknik pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik sampling, analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menjelaskan secara rinci tentang pembahasan pemetaan persepsi pengguna mengenai kualitas game console di Bandung yang berisi data-data yang telah diolah kemudian dianalisa untuk mendapatkan kesimpulan dan solusi dari permasalahan yang sedang dihadapi.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan akhir dari analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya serta saran-saran yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan berkaitan dengan pemetaan persepsi pengguna mengenai kualitas game console.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, berikut ini adalah kesimpulan yang diambil oleh penulis dari pembahasan pada bab sebelumnya :

1. Playstation 2
 - Playstation 2 dipersepsikan paling unggul dalam semua atribut kualitas dibandingkan game console yang lainnya.
 - Playstation 2 unggul dalam kualitas atribut performance, reability, conformance, durability, dan serviceability.
2. Playstation 3
 - Playstation 3 dipersepsikan unggul dalam kualitas atribut features dan aesthetics.
 - Playstation 3 dipersepsikan terburuk kedua dalam atribut reability.
3. XBox 360
 - Xbox 360 berada di peringkat kedua dalam persepsi pengguna untuk atribut performance, features, serviceability dan aesthetic.
 - XBox 360 dipersepsikan terburuk dalam atribut reability dan terburuk kedua dalam atribut durability.

4. Playstation Portable
 - Pengguna game console mempersepsikan Playstation Portable unggul dalam kualitas atribut Perceived Quality.
 - Playstation portable mampu menempati peringkat kedua dalam persepsi penggunaanya dalam atribut durability.
5. WII
 - WII berada pada peringkat kedua dalam kualitas atribut reability.
 - WII dipersepsikan pengguna game console sebagai console dengan kualitas kurang baik.
6. Nintendo DS
 - Nintendo DS dipersepsikan buruk oleh penggunaanya dalam atribut kualitas secara keseluruhan.
 - Nintendo DS berada di peringkat terbawah dalam atribut performance, features, conformance, durability, serviceability, aesthetics, dan perceived quality.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang telah dilakukan maka saran-saran yang dapat penulis ajukan sebagai berikut :

A. Saran Bagi Perusahaan Game Console

1. Saran Untuk Sony Playstation 2

- Mempertahankan kualitas yang telah menjadi unggulan di mata penggunaanya.

- Sony Playstation sebagai produsen Playstation 2 harus mampu memperbaiki dari sisi grafik Playstation 2 sehingga memiliki grafik resolusi tinggi dengan bentuk console yang menarik.

2. Saran Untuk Playstation 3

- Sony Playstation diharapkan mampu untuk selalu menyediakan Playstation 3 dengan memperbaiki reabilitinya sehingga Playstation 3 jarang terjadi kerusakan dan memiliki daya tahan yang lama dan harga suku cadang yang murah serta mampu menyediakan aksesoris seperti kaset CD dan stik dengan harga yang murah.

3. Saran Untuk Playstation Portable

- Sony Playstation selaku produsen Playstation Portable diharapkan mampu untuk selalu memperbaiki Playstation Portable dari sisi performance, features, reability, conformance, dan aesthetics sehingga menghasilkan console dengan performansi yang bagus, grafik resolusi tinggi, jarang terjadi kerusakan, dan memiliki desain yang sesuai dan menarik.

4. Saran Untuk WII

- Nintendo selaku produsen diharapkan mampu memperbaiki kekurangan WII dari sisi performance, features, conformance, serviceability, aesthetics dan perceived quality sehingga mampu menghasilkan WII dengan performansi yang bagus,

grafik beresolusi tinggi, desain yang sesuai dengan beragam warna dan motif, mendirikan service center di seluruh Indonesia serta memiliki harga stik yang murah.

5. Saran Untuk Nintendo DS

- Nintendo diharapkan mampu memperbaiki kekurangan Nintendo DS sehingga mampu menghasilkan Nintendo DS dengan performansi yang bagus, grafik beresolusi tinggi, desain yang sesuai dan menarik, tahan lama, adanya service center yang ada di seluruh Indonesia serta memiliki harga kaset CD yang murah.

6. Saran Untuk Xbox 360

- Microsoft selaku produsen diharapkan mampu memperbaiki kekurangan Xbox 360 dari segi reability dan durability sehingga mampu menghasilkan Xbox 360 yang jarang terjadi kerusakan dan tahan lama.

B. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemetaan persepsi pengguna mengenai kualitas game console, khususnya dalam penelitian ini adalah pengguna yang berada di Bandung. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat dilakukan di daerah lainnya sehingga mampu untuk mengetahui persepsi pengguna game console yang ada di Indonesia sebagai perbaikan strategi pemasaran untuk tiap perusahaan game console.

DAFTAR PUSTAKA

- Hawkins, et.al. (2007). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. McGraw Hill, New York.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2010). *Principles of Marketing Edition 13*. Pearson, New Jersey.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Narimawati, Umi. (2008). *Teknik-teknik Analisis Multivariat untuk Riset Ekonomi*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Prasetijo, Ristiyanti dan John J.O.I Ihalauw. (2005). *Perilaku Konsumen*. Andi, Yogyakarta.
- Rahayu, Sri. (2005). *SPSS v.12 dalam Riset Pemasaran*. Alfabeta, Bandung.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metode Penelitian untuk Bisnis*, Buku 2, Edisi 4. Salemba Empat, Jakarta.
- Simamora, Bilson. (2005). *Analisis Multivariat Pemasaran*. Gramedia, Jakarta.
- Umar, Husein. (2008). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 2*. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Majalah Zigma, September ke -3 2006

<http://hardipurba.com/?p=45>

<http://www.tribunnews.com/2010/08/16/jumlah-penduduk-indonesia-nomor-4-terbesar-di-dunia>

<http://www.tempointeraktif.com/hg/bandung/2010/09/01/brk,20100901-275625,id.html>

<http://www.vgchartz.com>

<http://video-game-consoles-review.toptenreviews.com>

Arumningtyas, Artika. 2008. Studi peta persaingan antar perusahaan dalam industri jasa telekomunikasi nasional. Bandung : IM Telkom.

Ivana, Amelia. 2008. Perbedaan motif konsumen antara pembeli dan pengguna Playstation Portable dan Nintendo DS Lite di Surabaya. Surabaya : Ubaya.

Santoso, Ali. 2001. Persepsi konsumen di Tunjungan Center Surabaya tentang produk Sony Playstation 2. Surabaya : Universitas Petra.

Septiadi, Aldila. 2007. Pengaruh persepsi pengguna console games atas alat-alat Marketing Public Relations Sony Computer Entertainment Inc di Indonesia terhadap minat beli Sony Playstation 3 (Studi pada konsumen Vega Games Shop). Bandung : Universitas Padjadjaran.

Tantra, Tarandhika. 2009. Studi pemetaan posisi persaingan maskapai penerbangan berdasarkan customer value pada tahun 2008. Bandung : IM Telkom.

