

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan analisis data hasil metode teori permainan untuk kasus persaingan Laptop ASUS dan Laptop hp. Diperoleh strategi yang optimum untuk Laptop ASUS adalah strategi *storage unit*, strategi *memory (RAM)*, dan strategi *processor*. Dengan persentase terbesarnya adalah 68% untuk strategi *memory (RAM)*. Dan untuk Laptop hp, strategi optimum yang diperoleh adalah strategi *storage unit*, strategi *memory (RAM)*, dan strategi *processor*. Dengan persentase terbesarnya adalah 74% strategi *storage unit*.
2. Berdasarkan hasil dari uji validitas, uji reliabilitas dan hasil analisis permainan. Diperoleh strategi pemasaran berdasarkan kebutuhan mahasiswa guna meningkatkan jumlah konsumen produk laptop ASUS atau konsumen produk laptop hp menggunakan teori permainan adalah *Storage Unit*, *Memory (RAM)* dan *Processor*. Dengan menerapkan strategi berdasarkan kebutuhan mahasiswa diharapkan dapat meningkatkan jumlah konsumen untuk masing-masing produk laptop.

THE
Character Building
UNIVERSITY

5.2 Saran

1. Untuk penelitian selanjutnya dapat menentukan jumlah sampel dan pengambilan sampel dengan metode yang berbeda untuk mendapatkan perbandingan hasil dengan populasi yang sama yaitu mahasiswa FMIPA Universitas Negeri Medan.
2. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan atribut-atribut penelitian terbaru yang menjadi kebutuhan konsumen dalam memilih laptop karena semakin berkembangnya kemajuan teknologi dan dapat menambahkan merek laptop lain sebagai pesaing.
3. Peneliti selanjutnya juga dapat membuat asumsi-asumsi persaingan yang berbeda dari penelitian ini dan pemecahan masalah dengan metode berbeda seperti *Non-Zero Sum Game*.

