

**ANALISIS GAMIFIKASI NILAI HEDONIS DAN CUSTOMER
ENGAGEMENT TERHADAP LOYALITAS MEREK PENGGUNA
SHOPEE GAMES DI SOLO RAYA**



SKRIPSI

Diajukan untuk Penyusunan Tugas dan Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

FIRMAN MUHAMMAD ARDANI

B 100 180 461

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul

**ANALISIS GAMIFIKASI NILAI HEDONIS DAN CUSTOMER
ENGAGEMENT TERHADAP LOYALITAS MEREK PENGGUNA
SHOPEE GAMES DI SOLO RAYA**

Yang ditulis dan disusun oleh

FIRMAN MUHAMMAD ARDANI

B100180461

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah
memenuhi syarat untuk diterima

Surakarta, 16 Januari 2023

Pembimbing Utama



(Afrit Nuryulia Praswati, S.E., M.M)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Prof. **Aktor Agus Setyawan, S.E., M.Si**)

NIDN: 0616087401

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS GAMIFIKASI NILAI HEDONIS DAN CUSTOMER
ENGAGEMENT TERHADAP LOYALITAS MEREK PENGGUNA
SHOPEE GAMES DI SOLO RAYA

Oleh:

FIRMAN MUHAMMAD ARDANI

B 100180461

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada Rabu, 1 Februari 2023

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Aflit Nuryulia Praswati, S.E., M.M ()
2. Dra. Wuryaningsih Dwi Lestari, M.M ()
3. Dr. Jati Waskito, S.E., M.Si ()

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Prof. )
Agus Setyawan, S.E., M.Si





**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271)
717417 Surakarta 57102

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Firman Muhammad Ardani

NIM : B100180461

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS GAMIFIKASI NILAI HEDONIS DAN
CUSTOMER ENGAGEMENT TERHADAP LOYALITAS
MEREK PENGGUNA SHOPEE GAMES DI SOLO RAYA**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 16 Januari 2023

Yang membuat pernyataan

FIRMAN MUHAMMAD ARDANI

MOTTO

“Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain”- Q.S Al-Insyirah : 7

“Jangan pernah menunggu, waktunya tidak akan pernah tepat .” – Napoleon Hill

" Jangan menyerah pada keadaan, bangkitlah dari keadaan apapun." – Deddy Corbuzier

“The very important things you should have is patience”- Jack Ma

“with a great power comes great responsibility”- Uncle ben

“Syukuri keadaan yang ada, bangkit dari titik nol, tenang bagaikan telaga”-
Firman Muhammad Ardani

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahiim

Dengan mengucap rasa syukur kepada Allah SWT atas petunjuk dan kesempatan yang diberikan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan pertolongan-Nya. Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT, yang telah memberikan segala karunia dan nikmat-Nya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
2. Rasulullah Muhammad SAW, selaku suri tauladan bagi penulis, semoga sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada beliau.
3. Bapak Riyanto dan Ibu Surahmi selaku orang tua saya yang selalu memberikan dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.
4. Ibu Aflit Nuryulia Praswati, S.E., M.M. selaku selaku dosen pembimbing serta sosok ibu yang selalu sabar membimbing dan memberikan banyak dukungan serta ilmunya dalam penyusunan skripsi sampai dengan selesai.
5. Almamaterku Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah menjadi tempatku memperoleh ilmu-ilmu yang bermanfaat. Semua kerabat, teman dan pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang kalian berikan.

ABSTRAK

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menganalisis pengaruh gamifikasi terhadap loyalitas merek yang dimediasi nilai hedonis dan keterlibatan konsumen. Penelitian ini menggunakan sampel 150 orang dengan kriteria pengguna Shopee *Games* di Solo Raya. Metode pemilihan sampel menggunakan *purposive sampling* berdasarkan kriteria responden yang telah ditentukan oleh peneliti. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis SEM-PLS dengan bantuan SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel berpengaruh positif signifikan yaitu gamifikasi terhadap nilai hedonis, gamifikasi terhadap keterlibatan konsumen, nilai hedonis terhadap keterlibatan konsumen, keterlibatan konsumen terhadap loyalitas merek. Variabel mediasi juga berpengaruh positif signifikan yaitu nilai hedonis memediasi gamifikasi terhadap keterlibatan konsumen, keterlibatan konsumen memediasi gamifikasi terhadap loyalitas merek.

Kata Kunci: Shopee Games, Gamifikasi, Nilai Hedonis, Keterlibatan Konsumen, Loyalitas Merek

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of gamification on brand loyalty mediated by hedonic values and consumer engagement. This study used a sample of 150 people with shopee games user criteria in Solo Raya. The sample selection method uses purposive sampling based on respondent criteria that have been determined by the researcher. The data analysis method used is SEM-PLS analysis with the help of SmartPLS 3.0. The results showed that all variables had a significant positive effect, namely gamification of hedonic values, gamification of consumer engagement, hedonistic value of consumer engagement, consumer engagement with brand loyalty. Mediation variables also have a significant positive effect, namely hedonic value mediates gamification of consumer engagement, consumer engagement mediates gamification of brand loyalty.

Keywords: Shopee Games, Gamification, Hedonic Value, Customer Engagement, Brand Loyalty

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahiim

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan karunia dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “Analisis Gamifikasi Nilai Hedonis dan Customer Engagement terhadap Loyalitas Merek Shopee Games di Solo Raya”. Sholawat serta salam tak lupa tercurah kepada Nabi besar junjungan kita, Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia menuju jaman yang terang benderang seperti saat ini.

Penelitian ini dapat terselesaikan tak lepas dari kerjasama, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak serta atas izin Allah SWT. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Sofyan Anif, M.,Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Dr. Rini Kuswati, S.E.,M.Si selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta sekaligus sebagai pembimbing akademik.
4. Aflit Nuryulia Praswati, S.E.,M.Si selaku pembimbing penelitian.
5. Seluruh Civitas Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Peneliti menyadari akan keterbatasan ilmu dan penulisan, sehingga karya ini tentu masih jauh dari kata sempurna. Namun penulis berharap karya ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membacanya. Aamiin.

Wassalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Surakarta, 16 Januari 2023

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized initials and a surname, positioned above the printed name of the author.

Penulis,

Firman Muhammad Ardani

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan Skripsi	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori.....	9
B. Penelitian Terdahulu	15
C. Hipotesis.....	21
D. Kerangka Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Jenis Penelitian.....	29
B. Desain Pengambilan Sampel.....	29
C. Data dan Sumber Data	30
D. Metode Pengumpulan Data.....	31
E. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44

A. Karakteristik Responden	44
B. Analisis Data	48
C. Pembahasan	62
BAB V PENUTUP.....	69
A. Kesimpulan	69
B. Keterbatasan Penelitian	70
C. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 indikator pernyataan variabel loyalitas merek	33
Tabel 3.2 indikator pernyataan variabel gamifikasi	34
Tabel 3.3 indikator pernyataan variabel nilai hedonis	35
Tabel 3.4 indikator pernyataan variabel keterlibatan konsumen	36
Tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan kota/kabupaten.....	44
Tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	45
Tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan usia	46
Tabel 4.4 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	46
Tabel 4.5 karakteristik responden berdasarkan pendapatan perbulan.....	47
Tabel 4.6 hasil outer loading	51
Tabel 4. 7 hasil discriminant validity	52
Tabel 4.8 composite reliability.....	53
Tabel 4.9 cronbach alpha	54
Tabel 4.10 hasil uji multikolinieritas	55
Tabel 4.11 R square.....	56
Tabel 4.12 Hasil inner weight	58
Tabel 4.13 Hasil pengujian langsung	59
Tabel 4.14 Hasil analisis variabel mediasi.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Kunjungan situs website dan aplikasi m-commerce shopee.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	23
Gambar 2.2 Alur Gamifikasi pada Shopee Games	24
Gambar 2.3 Memilih jenis permainan shopee games	26
Gambar 2.4 Meyelesaikan tantangan shopee games.....	27
Gambar 2.5 Mengumpulkan diamond dan menukarkan hadiah	27
Gambar 2.6 Leaderboard pemain yang memenangkan shopee tanam	28
Gambar 4.1 Jenis responden memilih game	45
Gambar 4.2 Outer weight.....	49
Gambar 4.3 Inner weight	49