

**PENGARUH GAMIFICATION DALAM MEMBENTUK *BRAND*  
*LOYALTY* MELALUI *BRAND ENGAGEMENT***

**NOVITA AYU WULANDARI**

**1705617066**



**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2021**

# **THE EFFECT OF GAMIFICATION ON BRAND LOYALTY THROUGH BRAND ENGAGEMENT**

**NOVITA AYU WULANDARI**

**1705617066**



**This study was written to meet one of the requirements to get the bachelor's degree of Management at Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta.**

**MANAGEMENT PROGRAM STUDY**

**FACULTY OF ECONOMICS**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2021**

## ABSTRAK

Novita Ayu Wulandari, 1705617066. Pengaruh *Gamification* dalam Membentuk *Brand Loyalty* melalui *Brand Engagement*. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui 1) pengaruh *gamification* terhadap *brand engagement*, 2) pengaruh *gamification* terhadap *brand loyalty*, 3) pengaruh *brand engagement* terhadap *brand loyalty*, dan 4) *gamification* terhadap *brand loyalty* dengan *brand engagement* sebagai variabel *intervening*. Penelitian dilakukan terhadap 200 orang pengguna Shopee di Jabodetabek yang pernah menggunakan fitur *gamification* dari Shopee, dengan metode SEM dan alat bantu AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *gamification* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *brand engagement* 2) *gamification* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *brand loyalty* 3) *brand engagement* tidak berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *brand loyalty*, dan 4) *gamification* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* melalui *brand engagement*.

Kata kunci: *Gamification*, *Brand Engagement*, *Brand Loyalty*, *COVID-19*, *Marketplace*.

## ***ABSTRACT***

***Novita Ayu Wulandari, 1705617066. The Effect of Gamification on Brand Loyalty through Brand Engagement. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.***

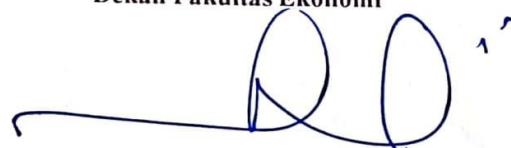
*The aims of this study were to determine 1) the effect of gamification on brand engagement, 2) the effect of gamification on brand loyalty, 3) the effect of brand engagement on brand loyalty, and 4) gamification on brand loyalty with brand engagement as an intervening variable. The study was conducted on 200 Shopee users in Jabodetabek that had used gamification features of Shopee, using the SEM method and AMOS tools. The results showed that 1) gamification had a significant and positive effect on brand engagement 2) gamification had a significant and positive effect on brand loyalty 3) brand engagement had no significant and positive effect on brand loyalty, and 4) gamification had no positive and significant effect on brand loyalty through brand engagement.*

*Keywords:* Gamification, Brand Engagement, Brand Loyalty, COVID-19, Marketplace.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd  
NIP. 197207152001121001

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE., MM</u> NIP. 197206272006041001 (Ketua Penguji)		23 Agustus 2021
2.	<u>Ika Febrilia, SE, M.M.</u> NIP. 198702092015042001 (Penguji 1)	 	20 Agustus 2021
3.	<u>Rahmi, S.E., M.S.M.</u> NIP. 198305012018032001 (Penguji 2)		24 Agustus 2021
4.	<u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 196301191992032001 (Pembimbing 1)		23 Agustus 2021
5.	<u>Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M.</u> NIP. 197404162006041001 (Pembimbing 2)		30 Agustus 2021

Nama : Novita Ayu Wulandari  
No. Registrasi : 1705617066  
Program Studi : S1 Manajemen  
Tanggal Lulus : 13 Agustus 2021

## **PERNYATAAN ORISINALITAS**

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai bahan acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Penyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya berani menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 30 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan



Novita Ayu Wulandari

No. Reg 1705617066

Scanned with CamScanner



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN  
KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung R, Jalan Rawamangun Muka,  
Jakarta 13220 Telepon (021) 4721227, Surat Elektronik fe@unj.ac.id  
Laman www.fe.unj.ac.id

---

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Novita Ayu Wulandari  
NIM : 1705617066  
Fakultas/Prodi : Ekonomi/S1 Manajemen  
Alamat Email : novitayyu26@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:



Skripsi



Tesis



Disertasi



Lain-Lain (.....)

Yang berjudul:

Pengaruh Gamification dalam membentuk Brand Loyalty melalui Brand Engagement

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya, dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 30 Agustus 2021



Novita Ayu Wulandari

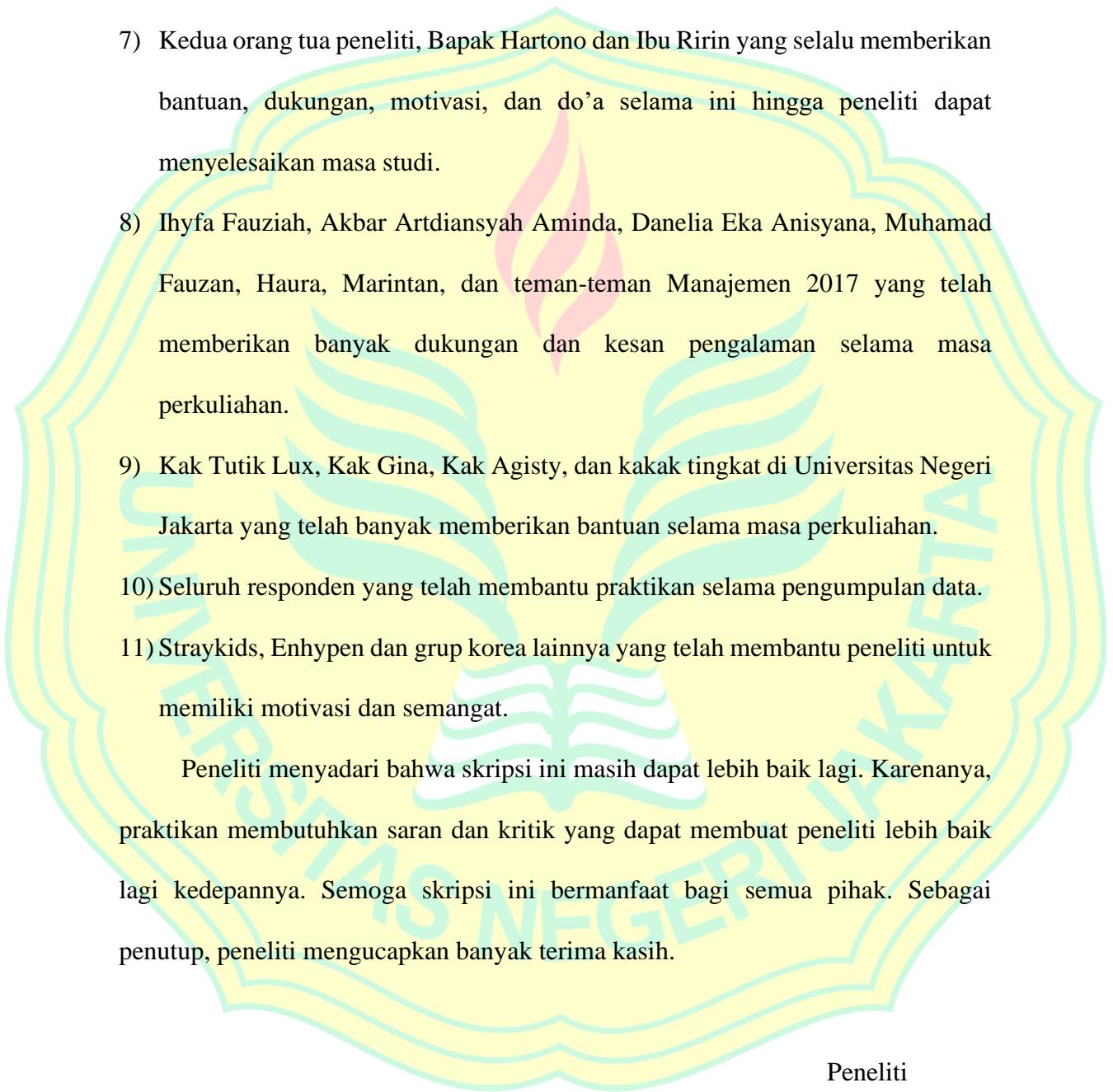
Scanned with CamScanner

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, rezeki, serta pertolongannya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *gamification* terhadap *brand loyalty* melalui *brand engagement*” ini. Skripsi ini disusun dengan tujuan memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Selama proses penelitian hingga penulisan, peneliti mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak baik itu berupa bimbingan, kritik, saran hingga motivasi. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin berterimakasih kepada

- 1) Dra. Basrah Saidani, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I atas segala bimbingan, saran, dan motivasinya terhadap penulisan skripsi.
- 2) Agung Kresnamurti Rivai P, ST., M.M. selaku Dosen Pembimbing II atas segala bimbingan serta kritik terhadap penulisan skripsi.
- 3) Dr. Suherman, M.Si. selaku koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
- 4) Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
- 5) Ketua Pengaji, Pengaji I, dan Pengaji II, yang memberikan kritik beserta saran sehingga penulisan skripsi ini semakin baik.

- 
- 6) Seluruh Dosen serta Staff Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang memberikan banyak masukan, pembelajaran, serta bantuan selama masa perkuliahan.
  - 7) Kedua orang tua peneliti, Bapak Hartono dan Ibu Ririn yang selalu memberikan bantuan, dukungan, motivasi, dan do'a selama ini hingga peneliti dapat menyelesaikan masa studi.
  - 8) Ihyfa Fauziah, Akbar Artdiansyah Aminda, Danelia Eka Anisyana, Muhamad Fauzan, Haura, Marintan, dan teman-teman Manajemen 2017 yang telah memberikan banyak dukungan dan kesan pengalaman selama masa perkuliahan.
  - 9) Kak Tutik Lux, Kak Gina, Kak Agisty, dan kakak tingkat di Universitas Negeri Jakarta yang telah banyak memberikan bantuan selama masa perkuliahan.
  - 10) Seluruh responden yang telah membantu praktikan selama pengumpulan data.
  - 11) Straykids, Enhypen dan grup korea lainnya yang telah membantu peneliti untuk memiliki motivasi dan semangat.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih dapat lebih baik lagi. Karenanya, praktikan membutuhkan saran dan kritik yang dapat membuat peneliti lebih baik lagi kedepannya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Sebagai penutup, peneliti mengucapkan banyak terima kasih.

Peneliti

Novita Ayu Wulandari