

**ANALISIS PENGARUH GAMIFIKASI  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
PADA APLIKASI MYTELKOMSEL**

**Tugas Akhir**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat  
Sarjana Sistem Informasi



**Ilham Ridwan Prayogo**

**NPM: 191710412**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2023**

# HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

ANALISIS PENGARUH GAMIFIKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA APLIKASI MYTELKOMSEL

yang disusun oleh

ILHAM RIDWAN PRAYOGO

191710412

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 16 Agustus 2023

		Keterangan
Dosen Pembimbing 1	: Putri Nastiti, S.Kom., M.Eng.	Telah Menyetujui
Dosen Pembimbing 2	: Eduard Rusdianto, ST., MT.	Telah Menyetujui
Tim Penguji		
Penguji 1	: Putri Nastiti, S.Kom., M.Eng.	Telah Menyetujui
Penguji 2	: Julius Galih Prima Negara, S.Kom., S.A.P., M.Kom.	Telah Menyetujui
Penguji 3	: FL. Spty Rahayu, S.T.,M.Kom.	Telah Menyetujui

Yogyakarta, 16 Agustus 2023

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Teknologi Industri

Dekan

ttd.

Dr. A. Teguh Siswanto, M.Sc.

Dokumen ini merupakan dokumen resmi UAJY yang tidak memerlukan tanda tangan karena dihasilkan secara elektronik oleh Sistem Bimbingan UAJY. UAJY bertanggung jawab penuh atas informasi yang tertera di dalam dokumen ini

## LEMBAR PENYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Ilham Ridwan Prayogo  
NPM : 191710412  
Program Studi : Sistem Informasi  
Fakultas : Teknologi Industri  
Judul Penelitian : Analisis Pengaruh Gamifikasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi MyTelkomsel

Menyatakan dengan ini:

1. Skripsi ini adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak merupakan salinan sebagian atau keseluruhan dari karya orang lain.
2. Memberikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta, berupa Hak Bebas Royalti non eksklusif (*Non-Exclusive-Royalty-Free Right*) atas Penelitian ini, dan berhak menyimpan, mengelola dalam pangkalan data, mendistribusikan, serta menampilkan untuk kepentingan akademis, tanpa perlu meminta izin selama tetap mencantumkan nama penulis.
3. Bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum yang mengikuti atas pelanggaran Hak Cipta dalam pembuatan skripsi ini.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 4 Agustus 2023

Yang menyatakan,

Ilham Ridwan Prayogo  
191710319

## **PRAKATA**

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir dengan judul “Analisis Pengaruh Gamifikasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi MyTelkomsel”. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan yang diperlukan guna meraih gelar Sarjana Komputer dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena adanya keterbatasan. Dalam penyusunannya, penulis menghadapi berbagai hambatan dan rintangan, namun berhasil melaluinya berkat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis membutuhkan kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis selama penyusunan skripsi berlangsung. Secara khusus rasa terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang selalu menyertai dan memberikan penguatan kepada penulis selama proses penelitian dan penulisan skripsi berlangsung.
2. Bapak Yohanes Priadi Wibisono, S.T., M.M. selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi.
3. Ibu Putri Nastiti S.Kom., M.Eng. selaku dosen pembimbing akademik dan dosen pembimbing satu.
4. Bapak Eduard Rusdianto S.T., M.T. selaku dosen pembimbing dua.
5. Keluarga yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan baik secara materi maupun non-materi kepada penulis dari awal hingga akhir penelitian dan penulisan skripsi.
6. Teman-teman yang senantiasa membantu, mendukung, dan memberikan masukan kepada penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

7. Responden yang telah bersedia mengisi kuesioner sehingga penelitian dan penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan baik.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dari skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran apabila terdapat kekeliruan dalam penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkannya.

Yogyakarta, 20 Juli 2023

Penulis,

Ilham Ridwan Prayogo

## ABSTRACT

*The number of internet users in Indonesia is increasing every year. This is in line with the growth of Internet Service Providers (ISP) in Indonesia. The large number of internet service providers makes users have many alternative choices. Therefore, the problem of user loyalty also arises. Telkomsel as one of the providers applies the gamification concept to the MyTelkomsel application. The hope is that user motivation and involvement can be built like when users spend a lot of time playing games.*

*This study aims to determine what factors can influence Telkomsel user loyalty by applying the gamification concept to the MyTelkomsel application. The method used in this research is quantitative with purposive sampling technique in collecting respondents. The research model used is the Expectation Confirmation Model (ECM). The number of sample data collected was 431 samples which were then analyzed using the SEM-PLS method on SmartPLS 4.0 tools. This study uses nine variables, namely entertainment, trendy, intimacy, novelty, hedonic values, utilitarian values, satisfaction, continuance intention, and loyalty.*

*There are 14 hypotheses proposed in this study. But in the process, the remaining 12 hypotheses with details of 11 hypotheses are accepted and one is not accepted. The 11 hypotheses accepted are entertainment having an effect on hedonic values, novelty having an effect on hedonic values, intimacy having an effect on utilitarian values, novelty having an effect on utilitarian values, hedonic values having an effect on satisfaction, utilitarian values having an effect on satisfaction, satisfaction having an effect on continuance intention, hedonic values having an effect on loyalty, utilitarian values having an effect on loyalty, satisfaction having an effect on loyalty, and continuance intention having an effect on loyalty. One hypothesis that is not accepted is that intimacy has an effect on hedonic values.*

**Keywords:** *Gamification, SEM-PLS, ECM, SmartPLS 4.0, user loyalty.*

## INTISARI

Jumlah pengguna *internet* di Indonesia kian meningkat setiap tahunnya. Hal tersebut selaras dengan pertumbuhan *Internet Service Provider* (ISP) di Indonesia. Banyaknya jumlah jasa penyedia layanan *internet* membuat pengguna mempunyai banyak alternatif pilihan. Oleh karena itu, permasalahan pada loyalitas pengguna pun muncul. Telkomsel sebagai salah satu *provider* menerapkan konsep gamifikasi pada aplikasi MyTelkomsel. Harapannya, motivasi dan *engagement* pengguna dapat terbangun seperti saat pengguna menghabiskan banyak waktu untuk bermain *game*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi loyalitas pengguna Telkomsel dengan diterapkannya konsep gamifikasi pada aplikasi MyTelkomsel. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* dalam pengumpulan responden. Model penelitian yang digunakan adalah *Expectation Confirmation Model* (ECM). Jumlah data sampel yang dikumpulkan sebanyak 431 sampel yang kemudian dianalisis menggunakan metode SEM-PLS pada *tools* SmartPLS 4.0. penelitian ini menggunakan sembilan variabel yaitu *entertainment*, *trendiness*, *intimacy*, *novelty*, *hedonic value*, *utilitarian value*, *satisfaction*, *continuance intention*, dan *loyalty*.

Terdapat 14 hipotesis yang diajukan pada penelitian ini. Namun dalam prosesnya, tersisa 12 hipotesis dengan rincian 11 hipotesis diterima dan satu tidak diterima. Ke-11 hipotesis yang diterima yaitu, *entertainment* berpengaruh terhadap *hedonic value*, *novelty* berpengaruh terhadap *hedonic value*, *intimacy* berpengaruh terhadap *utilitarian value*, *novelty* berpengaruh terhadap *utilitarian value*, *hedonic value* berpengaruh terhadap *satisfaction*, *utilitarian value* berpengaruh terhadap *satisfaction*, *satisfaction* berpengaruh terhadap *continuance intention*, *hedonic value* berpengaruh terhadap *loyalty*, *utilitarian value* berpengaruh terhadap *loyalty*, *satisfaction* berpengaruh terhadap *loyalty*, dan *continuance intention* berpengaruh terhadap *loyalty*. Satu hipotesis yang tidak diterima adalah *intimacy* berpengaruh terhadap *hedonic value*.

**Kata Kunci** : Gamifikasi, SEM-PLS, ECM, SmartPLS 4.0, Loyalitas pengguna.

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	2
LEMBAR PENYATAAN KEASLIAN PENELITIAN .....	3
PRAKATA .....	4
ABSTRACT .....	6
INTISARI .....	7
DAFTAR ISI .....	8
DAFTAR GAMBAR .....	11
DAFTAR TABEL .....	12
BAB I	
PENDAHULUAN .....	13
1.1 Latar Belakang .....	13
1.2 Perumusan Masalah .....	16
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	16
1.4 Tujuan Penelitian .....	16
1.5 Batasan Masalah .....	16
1.6 Manfaat Penelitian .....	17
1.7 Bagan Keterkaitan .....	18
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA .....	19
2.1 Studi Sebelumnya .....	19
2.2 Dasar Teori .....	26
2.2.1 Telkomsel .....	26
2.2.2 MyTelkomsel .....	26
2.2.3 Loyalitas Pelanggan .....	27
2.2.4 Gamifikasi .....	27
2.2.5 <i>Structural Equation Model (SEM)</i> .....	28
2.2.6 <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	29
2.2.7 SmartPLS .....	30



2.2.8.	<i>Expectation Confirmation Model (ECM)</i> .....	30
2.2.9.	Lemeshow .....	33
2.2.10	Skala <i>Likert</i> .....	34
2.2.11	Model Penelitian .....	35
2.2.12	Penyusunan Hipotesis.....	36
BAB III		
METODOLOGI PENELITIAN.....		52
3.1	Tahapan Penelitian .....	52
3.2	Identifikasi Masalah.....	53
3.3	Studi Literatur .....	53
3.4	Pengumpulan Data .....	53
3.5	Pengolahan Data.....	54
3.6	Analisis Data.....	55
BAB IV		
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		57
4.1.2.	Umur .....	58
4.1.3.	Domisili.....	59
4.1.4.	Intensitas Transaksi.....	60
4.1.5.	Rata-rata Pengeluaran Setiap Transaksi .....	60
4.2	Analisis Data.....	61
4.2.1.	Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	61
4.2.1.1.	Pengujian Data.....	64
4.2.2	Evaluasi Inner Model.....	69
4.3	Interpretasi Hasil Evaluasi <i>Outer Model</i> .....	71
4.4	Interpretasi Hasil Evaluasi <i>Inner Model</i> .....	71
BAB V		
KESIMPULAN DAN SARAN.....		80
5.1	Kesimpulan .....	80
5.2	Saran .....	80

TABEL REVISI .....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN .....	89

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Bagan Keterkaitan .....	18
Gambar 2. <i>Expectation Confirmation Model</i> (ECM) .....	32
Gambar 3. Model Penelitian Pengaruh Gamifikasi Terhadap <i>Brand Love</i> .....	35
Gambar 4. Model Penelitian .....	36
Gambar 5. Tahapan Penelitian.....	52
Gambar 6. Presentase Jenis Kelamin Responden .....	57
Gambar 7. Presentase Rentang Usia Responden .....	58
Gambar 8. Presentase Domisili Responden.....	59
Gambar 9. Presentase Intensitas Transaksi Responden.....	60
Gambar 10. Presentase Rata-rata Pengeluaran Responden .....	60
Gambar 11. Implementasi Model Penelitian Pada SmartPLS 4.0.....	61
Gambar 12. Usulan Model Penelitian Setelah Perbaikan.....	64

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Ringkasan Perbandingan Studi.....	22
Tabel 2. Nilai P dan P (1-P) .....	34
Tabel 3. Hipotesis Penelitian.....	43
Tabel 4. Konstruk Penelitian .....	44
Tabel 5. Ringkasan Model Pengukuran.....	55
Tabel 6. Ringkasan Model Struktural .....	55
Tabel 7. <i>Loading Factor</i> .....	62
Tabel 8. <i>Loading Factor 2</i> .....	63
Tabel 9. Nilai <i>Loading Factor</i> .....	65
Tabel 10. Nilai <i>Avregae Variance Extracted (AVE)</i> .....	66
Tabel 11. Nilai <i>Fornell-Lacker Criterion</i> .....	66
Tabel 12. Nilai <i>Cross Loading</i> .....	67
Tabel 13. Nilai <i>Composite Reliability</i> .....	68
Tabel 14. Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> .....	68
Tabel 15. Nilai <i>R-square</i> .....	69
Tabel 16. Nilai <i>Q-square</i> .....	70
Tabel 17. Hasil Uji Hipotesis.....	70