

TESIS

**Pengaruh Gamifikasi Pada Niat Pengguna untuk
Menggunakan Aplikasi Shopee (Studi Kasus : Goyang
Shopee)**



Juntiya Nakalelo

NPM. 215311519

**MAGISTER INFORMATIKA
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2024**

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

PENGARUH GAMIFIKASI PADA APLIKASI SHOPEE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

yang disusun oleh

Juntiya Nakalelo

215311519

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 16 Mei 2024

		Keterangan
Dosen Pembimbing 1	: Yonathan Dri Handarkho, S.T., M.Eng., Ph.D	Telah Menyetujui
Dosen Pembimbing 2	: Prof. Ir. Suyoto, M.Sc., Ph.D	Telah Menyetujui
Tim Penguji		
Penguji 1	: Yonathan Dri Handarkho, S.T., M.Eng., Ph.D	Telah Menyetujui
Penguji 2	: Prof. Ir. A. Djoko Budiyanto, M.Eng., Ph.D	Telah Menyetujui

Yogyakarta, 16 Mei 2024

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Teknologi Industri

Dekan

ttd.

Dr. Ir. Parama Kartika Dewa SP., S.T., M.T.

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

ABSTRAK

Abstrak

Ada beberapa negara yang terkena dampak covid 19 salah satunya negara Indonesia. Covid 19 ini memiliki dampak negative dan positif. Dampak negative berupa pemberhentian paksa para pegawai. Dampak positif yang diberikan berupa naiknya tingkat penjualan secara online seperti penjualan e-commerce. Tercatat penggunaan internet di Indonesia mencapai 171.17 juta, penjualan e-commerce meningkat 26%, pelanggan baru 51%. Muncullah persaingan terhadap e-commerce lainnya dikarenakan berbelanja online yang semakin banyak. Serta perkembangan game juga semakin tinggi. Game dibuat menjadi gamifikasi. Gamifikasi dapat digunakan juga untuk memberikan sebuah dampak positif pada tingkat motivasi. Metode yang digunakan adalah metode TAM serta meneliti faktor faktor yang memberikan pengaruh terhadap loyalitas pengguna. Oleh karena itu peneliti ingin mencari tahu keinginan pengguna shopee dalam pembelian terus menerus atau bisa disebut loyalitas pelanggan..

Kata Kunci – Gamifikasi, Motivasi, Loyalitas, Factor, TAM.