

TESIS

**Pengaruh Gamifikasi pada *E-Commerce* terhadap  
*Repurchase Intention* dari Perspektif *Habit***



Bekti Suratmanto

225312167

**MAGISTER INFORMATIKA  
DEPARTEMEN INFORMATIKA  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TESIS

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **Bekti Suratmanto**

NIM : 225312167

Judul Tesis : Pengaruh Gamifikasi pada *E-Commerce* terhadap *Repurchase Intention* dari Perspektif *Habit*

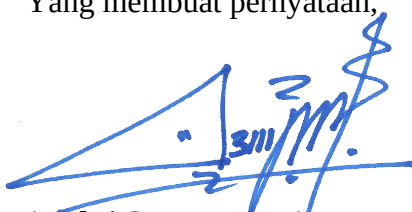
menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tesis ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijasah pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat.

Yogyakarta, 01 Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



( **Bekti Suratmanto** )

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

PENGARUH GAMIFIKASI PADA E-COMMERCE TERHADAP REPURCHASE INTENTION DARI PERSPEKTIF  
HABIT

yang disusun oleh

Bekti Suratmanto

225312167

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 25 Juni 2024

|                    |                                                         | Keterangan       |
|--------------------|---------------------------------------------------------|------------------|
| Dosen Pembimbing 1 | : Yonathan Dri Handarkho, S.T., M.Eng., Ph.D            | Telah Menyetujui |
| Dosen Pembimbing 2 | : Prof. Dr. Andi Wahyu Rahardjo Emanuel,<br>BSEE., MSSE | Telah Menyetujui |
| Tim Penguji        |                                                         |                  |
| Penguji 1          | : Yonathan Dri Handarkho, S.T., M.Eng., Ph.D            | Telah Menyetujui |
| Penguji 2          | : Th. Devi Indriasari, S.T., M.Sc., Ph.D                | Telah Menyetujui |

Yogyakarta, 25 Juni 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** – Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi seperti *internet* dan *smartphone* telah mengubah lanskap bisnis, terutama dalam sektor perdagangan digital atau *e-commerce*. Pertumbuhan *e-commerce* yang pesat di Indonesia, mencatat peningkatan penggunaan yang signifikan. Pengalaman pelanggan menjadi kunci untuk mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan pengguna, kesuksesan jangka panjang dan keberlangsungan hidup perusahaan. Gamifikasi dianggap sebagai strategi yang efektif dengan menerapkan elemen *game* dalam konteks *non-game* telah digunakan di *e-commerce*. Elemen gamifikasi *point*, *rewards*, *badges*, dan *challenges* digunakan untuk membangun *habit* pelanggan dan mendorong *repurchase intention* pelanggan pada *merchant e-commerce*. Penelitian menggunakan kerangka model *Stimulus-Organism-Response* (SOR) dan pendekatan *habit* untuk memahami pengaruh elemen gamifikasi dalam membentuk *habit* terhadap *repurchase intention* pelanggan. Hasil analisis menyimpulkan peningkatan *rewards* dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan, yang mendorong terbentuknya *habit* dalam berbelanja dan mempengaruhi *repurchase intention*. Meningkatkan *rewards* dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan niat pelanggan untuk melakukan pembelian kembali pada *merchant e-commerce*.

**Kata Kunci:** Gamifikasi, *Repurchase Intention*, *Habit*, *E-commerce*, SOR

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa karena penyertaan, kekuatan, dan hikmat yang diberikan penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul “**Pengaruh Gamifikasi pada *E-Commerce* terhadap *Repurchase Intention* dari Perspektif *Habit***”. Tesis ini dibuat sebagai salah satu syarat kelulusan di Program Studi Magister Informatika, Departemen Informatika, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penulis berharap karya ilmiah ini dapat berguna untuk memberi kontribusi untuk penelitian-penelitian di masa yang akan datang.

Karya ilmiah ini terdiri dari enam bagian, yaitu pendahuluan, tinjauan pustaka, landasan teori, metode penelitian, hasil penelitian dan pembahasan, dan kesimpulan dan saran. Pada bagian pendahuluan terdapat penjelasan latar belakang, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, batasan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian. Bagian tinjauan pustaka menjelaskan penelitian-penelitian terdahulu sebagai dasar dari penelitian ini. Bagian landasan teori merupakan bagian yang menjelaskan teori-teori umum yang digunakan dalam penelitian ini. Bagian metode penelitian menjelaskan metode dan alur dalam penelitian ini, dan bagian hasil penelitian dan pembahasan menjelaskan pengolahan data dan analisis hasil sebagai *output* dari penelitian ini. Bagian terakhir, yaitu kesimpulan dan saran menjelaskan bagian kesimpulan, kelemahan penelitian, saran, dan implikasi manajerial. Karya ilmiah ini dapat diselesaikan tidak terlepas dari bimbingan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Parama Kartika Dewa SP., S.T., M.T. IPU selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Bapak Paulus Mudjihartono, S.T., M.T., Ph.D. selaku Ketua Departemen Informatika, Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

3. Bapak Yonathan Dri Handarkho, S.T., M.T., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Magister Informatika, Departemen Informatika, Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Bapak Yonathan Dri Handarkho, S.T., M.T., Ph.D. dan Bapak Prof. Dr. Andi Wahyu Raharjo Emanuel., BSEE., MSSE selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan nasihat dalam penulisan tesis.
5. Ibu Th. Devi Indriasari, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan masukan yang membangun dalam penyempurnaan tesis.
6. Ibu Elisabeth Marsella, S.S., M.Li. selaku ahli bahasa yang telah membantu untuk merancangan instrumen penelitian yang sesuai.
7. Orangtua penulis Bapak Subagyo Suprpto dan Ibu Mistiyah serta istri tercinta Francisca Noventa S.R yang telah memberikan dukungan dan doa sehingga perkuliahan magister dapat berjalan dengan baik.
8. Teman-teman Magister Informatika Angkatan 2022 Semester Genap yang saling mendukung satu sama lain.
9. Seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam pengumpulan data.

## DAFTAR ISI

|                                                           |     |
|-----------------------------------------------------------|-----|
| HALAMAN PERNYATAAN TESIS.....                             | ii  |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                                   | iii |
| ABSTRAK .....                                             | iv  |
| KATA PENGANTAR .....                                      | v   |
| DAFTAR ISI.....                                           | vii |
| DAFTAR TABEL.....                                         | ix  |
| DAFTAR GAMBAR .....                                       | x   |
| BAB 1 PENDAHULUAN .....                                   | 1   |
| 1.1    Latar Belakang .....                               | 1   |
| 1.2    Rumusan Masalah .....                              | 5   |
| 1.3    Pertanyaan Penelitian .....                        | 5   |
| 1.4    Batasan Masalah.....                               | 5   |
| 1.6    Tujuan Penelitian .....                            | 5   |
| 1.7    Manfaat Penelitian .....                           | 6   |
| BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....                              | 7   |
| BAB 3 LANDASAN TEORI.....                                 | 18  |
| 3.1.    Gamifikasi .....                                  | 18  |
| 3.2.    Shopee-Tokopedia.....                             | 19  |
| 3.3. <i>Stimulus-Organism-Response (SOR) Method</i> ..... | 24  |
| 3.4. <i>Habit dan Repurchase Intention</i> .....          | 25  |
| BAB 4 METODOLOGI PENELITIAN.....                          | 27  |
| 4.1    Tahapan Penelitian .....                           | 27  |
| a.    Identifikasi Masalah .....                          | 27  |
| b.    Studi Literatur .....                               | 28  |
| c.    Perancangan Instrumen dan <i>Pilot Test</i> .....   | 33  |
| d.    Pengumpulan Data .....                              | 33  |
| e.    Pengolahan Data.....                                | 38  |
| f.    Penyajian Hasil dari Pengolahan Data .....          | 38  |

|                                             |                                               |    |
|---------------------------------------------|-----------------------------------------------|----|
| 4.2                                         | Alat dan Bahan .....                          | 38 |
| BAB 5 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..... |                                               | 39 |
| 5.1.                                        | Pilot Testing Instrument .....                | 39 |
| 5.2.                                        | Pengambilan Sampel dan Pengumpulan Data ..... | 39 |
| 5.3.                                        | Analisis Data .....                           | 40 |
| a.                                          | Uji Reliabilitas dan Uji Validitas .....      | 40 |
| •                                           | Uji Reliabilitas .....                        | 40 |
| •                                           | Uji Validitas .....                           | 42 |
| b.                                          | Uji Asumsi Klasik .....                       | 46 |
| •                                           | Uji Normalitas .....                          | 46 |
| •                                           | Uji Multikolinearitas .....                   | 48 |
| •                                           | Uji Common Method Biases .....                | 49 |
| c.                                          | Deskripsi Data .....                          | 50 |
| •                                           | Karakteristik Responden .....                 | 50 |
| •                                           | Analisis Deskriptif .....                     | 52 |
| d.                                          | Uji Kesesuaian Model Fit .....                | 53 |
| e.                                          | Uji Hipotesis .....                           | 56 |
| f.                                          | <i>Moderating Effects</i> .....               | 61 |
| 5.4.                                        | Implikasi Teoritis .....                      | 64 |
| 5.5.                                        | Implikasi Praktis .....                       | 64 |
| BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN .....            |                                               | 68 |
| 6.1.                                        | Kesimpulan .....                              | 68 |
| 6.2.                                        | Saran .....                                   | 69 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                        |                                               | 70 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1. Daftar Penelitian Terdahulu .....                        | 14 |
| Tabel 4.1. Indikator dan Instrumen Pengukuran.....                  | 35 |
| Tabel 5.1. Rule of Thumb Cronbach Alfa .....                        | 41 |
| Tabel 5.2. Nilai Cronbach Alfa dan Composite Reliability .....      | 41 |
| Tabel 5.3. Nilai Loading Factor dan AVE .....                       | 44 |
| Tabel 5.4. Discriminant Validity - Kriteria Fornell Larcker.....    | 45 |
| Tabel 5.5. Hasil Uji Normalitas dengan Skewness dan Kurtosis.....   | 47 |
| Tabel 5.6. Hasil Uji Variances Inflation Factor dan Tolerances..... | 49 |
| Tabel 5.7. Analisis Harman's Single Factor .....                    | 50 |
| Tabel 5.8. Karakteristik Responden .....                            | 51 |
| Tabel 5.9. Statistik Deskriptif .....                               | 52 |
| Tabel 5.10. One-Sample Test.....                                    | 53 |
| Table 5.11. Rules of thumb Model Fit .....                          | 55 |
| Tabel 5.12. Statistik Model Fit.....                                | 55 |
| Tabel 5.13. Hasil SEM Analysis .....                                | 56 |
| Tabel 5.14. Direct Effect & Indirect Effect.....                    | 57 |
| Tabel 5.15. Moderating Effects.....                                 | 63 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                   |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1. Proyeksi Jumlah Pengguna E-Commerce Indonesia [14] .....                              | 1  |
| Gambar 1.2. E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Januari-Desember 2023) [17]..... | 2  |
| Gambar 3.1. Games di Shopee .....                                                                 | 21 |
| Gambar 3.2. Games di Tokopedia .....                                                              | 21 |
| Gambar 3.3. PBRC di Shopee.....                                                                   | 21 |
| Gambar 3.4. PBRC di Tokopedia .....                                                               | 22 |
| Gambar 3.5. Badges di Shopee (kiri) dan Tokopedia (kanan).....                                    | 23 |
| Gambar 3.6. Pengaturan Rewards di Shopee Seller.....                                              | 24 |
| Gambar 3.7. Pengaturan Rewards di Tokopedia Seller .....                                          | 24 |
| Gambar 3.7. Model Teori S-O-R .....                                                               | 25 |
| Gambar 4.1. Tahapan Penelitian .....                                                              | 27 |
| Gambar 4.2. Model Konseptual .....                                                                | 33 |
| Gambar 5.1. Perubahan Model Teoritis .....                                                        | 42 |
| Gambar 5.2. Model Confirmatory Factor Analysis (CFA) .....                                        | 43 |
| Gambar 5.3. Model SEM Analysis .....                                                              | 54 |
| Gambar 5.4. Hasil Uji Hipotesis - SEM Analisis .....                                              | 56 |