

ANALISIS PENGARUH GAMIFIKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA APLIKASI SOCO *BY* SOCIOLLA

Tugas Akhir

Diajukan untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat

Sarjana Sistem Informasi



Ivana Angelica

NPM: 211711115

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

ANALISIS PENGARUH GAMIFIKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA APLIKASI SOCO BY
SOCIOLLA

yang disusun oleh

Ivana Angelica

211711115

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 10 Juli 2025

		Keterangan
Dosen Pembimbing 1	: Dr. FI. Spty Rahayu, S.T., M.Kom.	Telah Menyetujui
Dosen Pembimbing 2	: Generosa Lukhayu Pritalia, S.T., M.Eng.	Telah Menyetujui
Tim Penguji		
Penguji 1	: Dr. FI. Spty Rahayu, S.T., M.Kom.	Telah Menyetujui
Penguji 2	: Hendro Gunawan, S.Si., M.T.	Telah Menyetujui
Penguji 3	: Julius Galih Prima Negara, S.Kom., S.A.P., M.Kom.	Telah Menyetujui

Yogyakarta, 10 Juli 2025

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

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Ivana Angelica
NPM : 211711115
Program Studi : Sistem Informasi
Fakultas : Fakultas Teknologi Industri
Judul Penelitian : Analisis Pengaruh Gamifikasi Terhadap Loyalitas
Pelanggan Pada Aplikasi SOCO *by* Sociolla

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, 8 Juli 2025

Yang menyatakan,



Ivana Angelica

211711115

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, kasih, dan penyertaan-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas akhir ini yang berjudul **“Analisis Pengaruh Gamifikasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi SOCO by Sociolla”**. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Sistem Informasi di Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Perjalanan dalam menyusun tugas akhir ini tentunya tidaklah mudah. Ada banyak proses pembelajaran, tantangan, bahkan keraguan yang penulis alami. Namun, di balik semua itu, penulis tidak pernah berjalan sendiri. Berkat banyak pihak yang dengan tulus memberikan dukungan, doa, semangat, bahkan waktu dan tenaga, hingga akhirnya laporan ini dapat terselesaikan.

Pada kesempatan ini, izinkan penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat, anugerah, dan kekuatan yang senantiasa mengiringi setiap langkah penulis.
2. Mama, Papa, dan Kakak yang menjadi sumber semangat, motivasi, doa dan kasih yang diberikan tanpa henti sepanjang perjalanan ini.
3. Ibu Dr. Flourensia Spty Rahayu, S.T., M.Kom., selaku dosen pembimbing 1 yang senantiasa memberi arahan, semangat, dan masukan berarti selama proses penulisan ini.
4. Ibu Generosa Lukhayu Pritalia, S.T., M.Eng., selaku dosen pembimbing 2 yang selalu memberi masukan berharga dan motivasi dalam proses ini.
5. Para dosen penguji yang telah memberi kritik, saran, dan waktu.
6. Seluruh Dosen Sistem Informasi yang telah memberikan ilmu selama masa perkuliahan yang menjadi dasar penting bagi penulis dalam menyusun tugas akhir ini serta dalam menghadapi dunia kerja di masa depan.
7. Marcellino Natalio Widanarto, yang telah memberikan dukungan selama proses pengerjaan tugas akhir ini dan selama perjalanan dari semester 6.

8. Sylvia, Dea, Rachel, Olin, Geby, Agatha, Naomi, Selin, Jovan, Welly, dan teman-teman seperjuangan lain yang tidak bisa disebutkan namanya satu per satu yang senantiasa hadir di saat suka dan dan duka, memberikan semangat, dukungan, serta doa yang tak ternilai harganya selama proses pengerjaan tugas akhir maupun seluruh perjalanan dari semester 1 hingga semester 7.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di waktu selanjutnya. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan menjadi tambahan referensi yang berguna bagi siapa pun yang membutuhkan.

INTISARI

Perkembangan teknologi saat ini sangat pesat, hingga sistem permainan merambah ke banyak sektor industri. Salah satu industri yang melibatkan konsep permainan di dalam proses bisnisnya adalah sektor kecantikan. Konsep permainan yang dimasukkan ke dalam konteks non permainan adalah gamifikasi. Saat ini, sektor industri kecantikan telah menggunakan *platform* daring berupa *e-commerce*, salah satunya adalah Aplikasi SOCO by Sociolla. Aplikasi ini memanfaatkan fitur-fitur gamifikasi seperti *Badges, Points, Progress Bar, Quests, Social Graph, Rewards*, dan *Gifting* sebagai salah satu strategi *marketing*. Dalam penelitian ini dilakukan analisis terkait peran dari setiap fitur terhadap loyalitas pelanggan dengan menggunakan uji regresi linear berganda dengan menggabungkan dua metode (*mixed methods research*) yaitu kuantitatif dan kualitatif. Metode penelitian kuantitatif dilakukan dengan menyebarkan kuesioner terhadap 400 responden yang diolah menggunakan SPSS dan kualitatif berupa wawancara terhadap 15 narasumber.

Kata Kunci: *e-commerce*, industri kecantikan, gamifikasi, loyalitas pelanggan

ABSTRACT

The rapid advancement of technology has led to the integration of game systems into various industrial sectors. One of these sectors is the beauty industry, which has adopted game-like concepts in its business processes through the application of gamification. Gamification refers to the implementation of game elements in non-game contexts. Currently, the beauty industry sector utilizes online platforms in the form of e-commerce, one of which is the SOCO by Sociolla application. This application employs gamification features such as Badges, Points, Progress Bars, Quests, Social Graphs, Rewards, and Gifting as part of its marketing strategy. This study analyzes the role of each gamification feature in influencing customer loyalty by applying multiple linear regression analysis using a mixed methods research approach that combines both quantitative and qualitative methods. The quantitative method was carried out by distributing questionnaires to 400 respondents and processing the data using SPSS, while the qualitative method involved in-depth interviews with 15 participants.

Keywords: e-commerce, beauty industry, gamification, customer loyalty

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	I
HALAMAN PENGESAHAN	II
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	III
INTISARI.....	VI
ABSTRACT	VII
DAFTAR GAMBAR	X
DAFTAR TABEL	XI
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. LATAR BELAKANG.....	1
1.2. RUMUSAN MASALAH.....	3
1.3. TUJUAN PENELITIAN	3
1.4. BATASAN MASALAH	4
1.5. MANFAAT PENELITIAN	4
1.6. BAGAN KETERKAITAN.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1. STUDI SEBELUMNYA	5
2.2. DASAR TEORI	10
2.2.1. <i>Gamifikasi</i>	10
2.2.2. <i>Loyalitas Pelanggan</i>	13
2.2.3. <i>Gamifikasi Terhadap Loyalitas Pelanggan</i>	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1. TAHAPAN PENELITIAN	22
3.1.1. <i>Menganalisis Masalah</i>	22
3.1.2. <i>Melakukan Kajian Teoritis</i>	22
3.1.3. <i>Pembuatan Hipotesis</i>	22
3.1.4. <i>Pembuatan Instrumen Penelitian</i>	23
3.1.5. <i>Melakukan Uji Validasi dan Reliabilitas pada Instrumen Penelitian</i>	26
3.1.6. <i>Pengumpulan Data</i>	26
3.1.7. <i>Pengolahan Data</i>	29
3.1.8. <i>Analisis</i>	30
3.1.9. <i>Pembuatan Kesimpulan dan Saran</i>	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1. HASIL.....	31
4.1.1. <i>Uji Validitas</i>	32
4.1.2. <i>Uji Reliabilitas</i>	33
4.1.3. <i>Uji Asumsi Klasik</i>	34
4.1.3.1. Uji Normalitas	34
4.1.3.2. Uji Multikolinearitas	35
4.1.3.3. Uji Heteroskedastisitas	36

4.1.4.	<i>Persamaan Regresi Linear Berganda</i>	38
4.1.5.	Uji Hipotesis	40
4.1.5.1.	Uji Parsial (Uji T)	40
4.1.5.2.	Uji F (Uji Simultan)	42
4.1.5.3.	Uji Koefisien Determinasi (R)	43
4.1.6.	<i>Hasil Wawancara</i>	43
4.2.	PEMBAHASAN	53
4.2.1.	<i>Elemen Badges berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan</i>	53
4.2.2.	<i>Elemen Points berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan</i>	54
4.2.3.	<i>Elemen Progress Bar berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan</i>	55
4.2.4.	<i>Elemen Quests berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan</i>	56
4.2.5.	<i>Elemen Social Graph berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan</i>	57
4.2.6.	<i>Elemen Rewards berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan</i>	58
4.2.7.	<i>Elemen Gifting berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan</i>	59
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1.	KESIMPULAN	61
5.2.	SARAN	63
DAFTAR PUSTAKA		64
DAFTAR REVISI		70
LAMPIRAN		71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan Keterkaitan	4
Gambar 2.1 Octalysis Framework Yu-kai chou	13
Gambar 2.2 Elemen <i>Reward</i>	16
Gambar 2.3 Elemen <i>Point, Badges, Progress Bar</i> , dan <i>Quest</i>	16
Gambar 2.4 Elemen <i>Social Graph</i>	17
Gambar 2.5 Elemen <i>Gifting</i>	17
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	21
Gambar 4.1 <i>Pie Chart</i> Jumlah Transaksi	31

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3.1 Tabel Hipotesis	22
Tabel 3.2 Tabel Instrumen Penelitian	23
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	32
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	34
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas	35
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas	36
Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	37
Tabel 4.6 Hasil Regresi Linear Berganda	38
Tabel 4.7 Hasil Uji Parsial (Uji T)	40
Tabel 4.8 Hasil Uji F (Uji Simultan)	42
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R)	43