

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Behl and V. Pereira, "What's behind a scratch card? Designing a mobile application using gamification to study customer loyalty: An experimental approach," *Australasian Journal of Information Systems Behl & Pereira*, vol. 25, Nov. 2021.
- [2] Z. Kedah, "Use of E-Commerce in The World of Business," *Startupreneur Bisnis Digital (SABDA)*, vol. 2, no. 1, pp. 51–60, Feb. 2023.
- [3] C. Yosefine and H. Budiono, "PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP MINAT BELI PRODUK INNISFREE PADA MAHASISWA/I FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TARUMANAGARA," *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, vol. 05, no. 02, pp. 277–286, Apr. 2023.
- [4] M. Suryani, N. N. Adawiyah, and E. Beliya, "Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Sociolla Pada Masa Pandemi Covid-19," *Formosa Journal of Multidisciplinary Research (FJMR)*, vol. 1, no. 1, pp. 49–74, 2022.
- [5] E. Nasset, et al., "Building chain loyalty in grocery retailing by means of loyalty programs – A study of 'the Norwegian case,'" *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 60, May 2021.
- [6] R. A. Gandasari and T. Mauritsius, "A STUDY ON THE EFFECT OF GAMIFICATION COMPONENTS ON CUSTOMER LOYALTY TOWARD A DIGITAL BANK," *J Theor Appl Inf Technol*, vol. 101, no. 6, Mar. 2023.
- [7] D. Li, H. Yang, and Z. Hu, "Exploring the ineffectiveness of gamification health management: a U-shaped relationship between competition and technological exhaustion," *Information Technology & People*, vol. 37, no. 3, pp. 1229–250, Mar. 2024.
- [8] H. Yang, et al., "Understanding the failing of social gamification: A perspective of user fatigue," *Electron Commer Res Appl*, vol. 64, Feb. 2024.
- [9] K. A. Kusumawardani and L. F. Soegihono, "Does Gamification on an E-Commerce Application Lead Intention to Use the Application and Spread Word of Mouth," *International Journal of Business and Systems Research*, vol. 18, no. 1, pp. 65–4, 2024.
- [10] S. P. Salsabila, D. F. Rifan, and W. Rosilawati, "Pengaruh Gamifikasi Terhadap Peningkatan Customer Loyalty Dan Customer Engagement Pada Aplikasi Shopee Dalam Perspektif Bisnis Islam," *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, vol. 4, no. 2, pp. 531–541, Jan. 2025.

- [11] W. A. Nugraha, T. Gunawan, and Istiharini, "PENGARUH GAMIFIKASI LOYALITAS PROGRAM REDCLUB TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN DI APLIKASI REDDOORZ," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, vol. 2, no. 21, pp. 219–227, 2024.
- [12] A. Binardi, A. Rahayu, and D. Amanah, "Pengaruh Gamification Terhadap Repurchase Intention," *Strategic: Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, vol. 22, no. 2, pp. 58–73, Sep. 2022.
- [13] Vallencia, R. Fahlevi, and F. A. Sinambela, "Gamifikasi Pada Aplikasi E-Commerce Terhadap Minat Beli Konsumen," *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology (JEMATech)*, vol. 8, no. 1, pp. 32–40, Feb. 2025.
- [14] M. N. Gifhary and N. Hermina, "Pengaruh strategi marketing gamifikasi dan neuromarketing melalui User Interface (UI) aplikasi terhadap loyalitas konsumen," *Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, vol. 5, no. 10, p. 2023, May 2023.
- [15] F. Marisa, et al., "Gamifikasi (Gamification) Konsep dan Penerapan," *JOINTECS (Journal of Information Technology and Computer Science)*, vol. 5, no. 3, pp. 219–228, Sep. 2020.
- [16] M. Trinidad, M. Ruiz, and A. Calderon, "A Bibliometric Analysis of Gamification Research," *IEEE Access*, vol. 9, pp. 46505–46544, Mar. 2021.
- [17] M. S. Staller and S. Koerner, "Beyond Classical Definition: The Non-definition of Gamification," *SN Comput Sci*, vol. 2, no. 88, Feb. 2021.
- [18] F. De Canio, M. Fuentes-Blasco, and E. Martinelli, "Engaging shoppers through mobile apps: the role of gamification," *International Journal of Retail and Distribution Management*, vol. 49, no. 7, pp. 919–940, Feb. 2021.
- [19] P. Torres, M. Augusto, and C. Neves, "Value dimensions of gamification and their influence on brand loyalty and word-of-mouth: Relationships and combinations with satisfaction and brand love," *Psychol Mark*, vol. 39, no. 1, pp. 59–75, Jul. 2022.
- [20] K. Werbach and D. Hunter, *For the Win, Revised and Updated Edition: The Power of Gamification and Game Thinking in Business, Education, Government, and Social Impact*. Wharton School Press. Philadelphia: Wharton School Press, 2020.
- [21] Y. Chou, *Actionable Gamification: Beyond Points, Badges, and Leaderboards*. Packt Publishing Ltd, 2019.
- [22] A. S. Latif, et al., "INCREASING CUSTOMER LOYALTY THROUGH SERVICE QUALITY AND CUSTOMER SATISFACTION IN THE DIGITAL ERA," *Business and Accounting Research (IJEBA) Peer Reviewed-International Journal*, vol. 7, no. 2, p. 2023, 2023.

- [23] L. Fitriani, T. Rois, and S. Seliana, "Analysis of the Influence of Customer Reviews and Customer Trust on Customer Loyalty through Customer Satisfaction as an Intervening Variable," *International Journal Administration, Business & Organization*, vol. 5, no. 4, pp. 22–28, Sep. 2024.
- [24] M. Zhang, et. al., "Informal interorganizational business relationships and customer loyalty: Comparing Guanxi, Yongo, and Wasta," *International Business Review*, vol. 30, 2021.
- [25] S. Molinillo, et al., "The customer retail app experience: Implications for customer loyalty," *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 65, Dec. 2022.
- [26] C.-F. Chen and C.-H. Lee, "Investigating shared e-scooter users' customer value co-creation behaviors and their antecedents: Perceived service quality and perceived value," *Transp Policy (Oxf)*, vol. 136, pp. 147–154, 2023.
- [27] M. Kimura, "Customer segment transition through the customer loyalty program," *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, vol. 34, no. 3, pp. 611–626, Feb. 2022.
- [28] L. Louisa and F. P. Simbolon, "Determinants of Customer Loyalty: Empirical Study from Online Food Delivery Services," *Binus Business Review*, vol. 14, no. 3, pp. 247–258, Oct. 2023.
- [29] J. Griffin, *Customer Loyalty : Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga, 2005.
- [30] A. D. Rachmadanty, A. A. Muhtar, and A. Agustina, "Examining the Impact of Gamification and Customer Experience on Customer Loyalty in E-commerce: Mediating Role of Customer Satisfaction," *Journal of Enterprise and Development (JED)*, vol. 7, no. 1, pp. 180–191, 2025.
- [31] A. Mustikasari, et al., "The Influence of Gamification and Rewards on Customer Loyalty in Z Generation with Moderating Role of Gender (Case Study On The Shopee Marketplace)," *Management Analysis Journal*, vol. 11, Jun. 2022.
- [32] T. Rimenda, et al., "GAMIFICATION: SAVING IN DIGITAL BANKING IS LIKE PLAYING A GAME," *ASEAN Marketing Journal*, vol. 14, no. 2, pp. 211–220, Dec. 2022.
- [33] A. D. Mardani, Evrina, and B. Hartati, "Redefining Loyalty Programs: Gamification in Marketing," *Escalate: Economics and Business Journal*, vol. 2, no. 02, pp. 78–89, Oct. 2024.
- [34] S. Sumarmi, et al., "Building Bonds: How Gamification and Online Reviews Influence Customer Loyalty," *Journal of Risk Analysis and Crisis Response*, vol. 15, no. 1, pp. 206–223, 2025.

- [35] N. S. M. Yushaa, S. M. S. Khuzzan, and M. Hanid, "GAMIFICATION ELEMENTS AND ITS IMPACT ON STUDENTS," *Journal of Technology and Operations Management*, vol. 16, no. 2, pp. 62–75, Dec. 2021.
- [36] S. Tobón, J. L. Ruiz-Alba, and J. G. de Madariaga, "Gamification and online consumer decisions: Is the game over?," *Decis Support Syst*, vol. 128, p. 113167, Jan. 2020.
- [37] M. A. W. P. Rahmadhan, et al., "Trends and Applications of Gamification in E-Commerce: A Systematic Literature Review," *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*, vol. 9, no. 1, pp. 28–37, Apr. 2023.
- [38] A. Mazarakis and P. Bräuer, "Gamification is Working, but Which One Exactly? Results from an Experiment with Four Game Design Elements," *Int J Hum Comput Interact*, vol. 39, no. 3, pp. 612–627, Apr. 2022.
- [39] M.-E. Sousa-Vieira, D. Ferrero-Castro, and J. C. López-Ardao, "Design, development and use of a digital badges system in higher education," *Applied Sciences (Switzerland)*, vol. 12, no. 1, Jan. 2022.
- [40] N. Vilkaite – Vaitone, et al., "The usefulness of gamification for enhancing customer loyalty to small e-tailers," *EuroMed Journal of Business*, vol. 20, no. 2, 2025.
- [41] A. Christopoulos and S. Mystakidis, "Gamification in Education," *Encyclopedia*, vol. 3, no. 3–4, pp. 1223–1243, Dec. 2023.
- [42] A. S. Al-Adwan, et al., "Treasure Hunting for Brands: Metaverse Marketing Gamification Effects on Purchase Intention, WOM, and Loyalty," *Journal of Global Marketing*, pp. 1–25, Feb. 2025.
- [43] I. Sulistiawati, Rahmawati, and S. Z. ZA, "WHICH IS MORE INTERESTING BETWEEN GAMIFICATION, SHARE, AND LIKE IN CUSTOMER ENGAGEMENT IN MILLENNIALS AND GENERATION Z?," *JOSR: Journal of Social Research Desember*, no. 1, pp. 224–232, Dec. 2022.
- [44] N. M. Afacan, "Gamification in Metaverse," in *Studies in Big Data*, vol. 133, Singapore: Springer Science and Business Media Deutschland GmbH, 2023, pp. 187–202.
- [45] N. L. Rane, S. P. Choudhary, and J. Rane, "Metaverse for Enhancing Customer Loyalty: Effective Strategies to Improve Customer Relationship, Service, Engagement, Satisfaction, and Experience," *SSRN Electronic Journal*, Dec. 2023.
- [46] N. Andriyani and Z. Hidayat, "The Influence Factors on Customer Satisfaction and Loyalty in Distribution: An Empirical Study on Sushi Tei Restaurant, Jakarta," *Journal of Distribution Science*, vol. 19, no. 6, pp. 51–64, May 2021.

- [47] E. van Tonder and S. G. Saunders, "Customer helping behaviour in the banking environment: a gift-giving perspective and research agenda," *International Journal of Bank Marketing*, vol. 43, no. 1, pp. 47–61, Jul. 2024.
- [48] S.-H. Lee, S.-J. Choi, and H.-W. Kim, "What makes people send gifts via social network services? A mixed methods approach," *Internet Research*, vol. 30, no. 1, pp. 315–334, Feb. 2020.
- [49] B. W. Budiarto, et al., "The Influence Of E-Customer Satisfaction, E-Service Quality And Sales Promotion On E-Customer Loyalty Of Tokopedia Customers," *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, vol. 9, no. 6, pp. 2472–2479, Dec. 2023.
- [50] D. S. Azhari, et al., "Penelitian Mixed Method Research Untuk Disertasi," *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, vol. 3, no. 2, pp. 8010–8025, 2023.
- [51] S. Romdona, S. S. Junista, and A. Gunawan, "TEKNIK PENGUMPULAN DATA: OBSERVASI, WAWANCARA DAN KUESIONER," *JISOSEPOL: JURNAL ILMU SOSIAL EKONOMI DAN POLITIK*, vol. 3, no. 1, pp. 39–47, 2025.
- [52] Asrulla, et al., "Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis," *Jurnal Pendidikan Tambusai*, vol. 7, pp. 26320–26332, 2023.
- [53] S. Z. Wahyuningtyas and M. A. F. H. Habib, "Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Ayam Geprekku Bandung Tulungagung," *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, vol. 4, no. 2, pp. 4248–4362, 2024.
- [54] S. Riyanto and A. A. H. Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- [55] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2020.
- [56] D. Priyatno, *Olah data sendiri analisis regresi linier dengan SPSS dan analisis regresi data panel dengan EvIEWS*. Yogyakarta: Andi, 2023.
- [57] Y. A. Putra and L. W. Widati, "Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan di BEI," *Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, vol. 15, no. 1, pp. 110–121, Jul. 2022.
- [58] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*, 10th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2021.
- [59] S. D. A. Anggraini and M. A. S. W. Hastuti, "PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS BHINNEKA PGRI
TULUNGAGUNG TAHUN AKADEMIK 2022/2023," *JURNAL ECONOMINA*, vol. 2,
no. 8, pp. 2019–2035, Aug. 2023.

- [60] A. T. Basuki and N. Prawoto, *ANALISIS REGRESI DALAM PENELITIAN EKONOMI & BISNIS : Dilengkapi aplikasi SPSS & EVIEWS*, 1st ed. Jakarta: Rajawali Pers, 2017.
- [61] A. Firdhaus and F. Syaiful. Akbar, "PENGARUH PENERAPAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP KINERJA UMKM," *Jurnal Proaksi*, no. 2, pp. 173–187, May 2022.
- [62] A. Behl, et al., "Gamification in E-Commerce: A Comprehensive Review of Literature," *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, vol. 18, no. 2, pp. 1–16, Apr. 2020.
- [63] I. A. Jusman, "Gamifikasi sebagai Strategi Engagement Pelanggan Cafe di Platform Digital," *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, vol. 4, no. 2, pp. 2258–2262, 2025.
- [64] P. R and R. Dulloo, "Innovating Fintech Engagement: A Study on Gamification's Role in Enhancing Customer Loyalty and Usage in Mobile Banking Applications," *Journal of Computational Analysis and Applications*, vol. 33, no. 2, p. 2024, May 2024.
- [65] T. P. Rinjeni, J. Lemantara, and A. P. Wardhanie, "Implementasi Gamification pada Aplikasi Marketplace Penjualan Olahan Biji Kopi Berbasis Website," *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, vol. 9, no. 1, pp. 52–63, Jun. 2020.
- [66] X. Wang, H. Wang, and C. Zhang, "A Literature Review of Social Commerce Research from a Systems Thinking Perspective," *Systems*, vol. 10, no. 3, pp. 1–22, Jun. 2022.
- [67] F. Aditya, E. Sutomo, and Sulistiowati, "Rancang Bangun Aplikasi Penjualan Online Pada UMKM Riset Safe Menggunakan Gamification," *Journal of Technology and Informatics (JoTI)*, vol. 5, no. 1, pp. 15–24, Oct. 2023.
- [68] A. H. Butt, et al., "WeChat gamification: mobile payment impact on word of mouth and customer loyalty," *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, vol. 29, no. 1, pp. 95–113, Feb. 2025.

DAFTAR REVISI

Nama : Ivana Angelica
 NIM : 211711115
 Judul TA : **ANALISIS PENGARUH GAMIFIKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA APLIKASI SOCO BY SOCIOLLA**
 Penguji I : Hendro Gunawan, S.Si., M.T.

Tabel Perbaikan Laporan

No	Komentar Penguji	Tanggapan
1	Perujukan Tabel 4.8 salah, seharusnya Tabel 4.7	Telah diubah pada halaman 53-60
2	Beberapa kata masih ada typo: signifikan, mmeungkinkan, kesenanagan, demikan, sebenarnya, Kondiisi, realibilitas	Telah diubah pada halaman 6, 8, 62, 58, 57, 36, XII, 26, 33
3	Mengubah pada bagian batasan masalah terkait "pengaruh positif" menjadi "pengaruh"	Telah diubah pada halaman 4
4	Mengubah bagian kesimpulan "berpengaruh positif" menjadi "berpengaruh positif dan signifikan"	Telah diubah pada halaman 61-62
5	Menambahkan "berpengaruh positif dan signifikan" terhadap bagian Uji Parsial untuk disesuaikan dengan isi pengujian hipotesis.	Telah ditambahkan pada halaman 41-42
6	Melakukan pengecekan ulang sitasi dalam publikasi tersebut.	Telah dilakukan pengecekan ulang halaman 64-69

Penguji II : Julius Galih Prima Negara, S.Kom., S.A.P., M.Kom.

Tabel Perbaikan Laporan

No	Komentar Penguji	Tanggapan
1	Dalam Bab 4 tambahkan pemaparan terkait hasil penelitian kualitatif/hasil wawancara.	Telah ditambahkan pada halaman 43-53
2	Sesuaikan dokumen TA seperti panduan penulisan akhir mulai dari awal hingga akhir bagian daftar pustaka.	Telah disesuaikan pada halaman I - 100

LAMPIRAN

Transkrip Wawancara Narasumber 1

Narasumber 1 : Rachel (R1)

8 Juni 2025

Pewawancara : Halo kak, perkenalkan sebelumnya namaku Ivana. Aku izin untuk wawancara, boleh?

Rachel : Boleh.

Pewawancara : Baik kak, sebelumnya aku boleh tanya namanya siapa?

Rachel : Namaku Rachel.

Pewawancara : Baik Kak Rachel, jadi aku ingin mewawancarai untuk keperluan Tugas Akhir mengenai pengaruh implementasi gamifikasi terhadap loyalitas pelanggan dalam Aplikasi SOCO *by* Sociolla. Sebelumnya, aku akan menjelaskan terlebih dahulu gamifikasi itu apa. Gamifikasi merupakan sebuah sistem *game* yang diadopsi atau diimplementasikan ke dalam konteks *non-game*. Saat ini sudah lumayan sering diaplikasikan oleh banyak aplikasi *e-commerce* misalnya seperti, Shopee, Tokopedia, Lazada dan ini juga berlaku di Aplikasi SOCO *by* Sociolla. Dari hasil penelitian aku sendiri ada 7 variabel yang berkaitan dengan gamifikasi dalam Aplikasi SOCO *by* Sociolla. Yang pertama ada fitur **points**, di mana kita bisa mendapatkan *points* ini setelah kita melakukan sebuah misi atau melakukan transaksi. Kemudian misi itu sendiri merupakan sebuah fitur gamifikasi yang disebut sebagai **quest**. Lalu, ada **badges** atau lencana yang menunjukkan kita sudah berada di tahap tertentu yang sesuai dengan klasifikasi dari aplikasi ini sendiri. Jadi, dari setiap *badges* ini sendiri akan memiliki *benefit*-nya masing-masing. Lalu, untuk menunjukkan kita sudah berada di tahap peringkat apa dan kita perlu menyelesaikan berapa banyak *quest*-nya, itu ditunjukkan oleh **progress bar**. Selanjutnya, ada **social graph** yang ditunjukkan dengan adanya fitur forum *review* yang ada pada SOCO *by* Sociolla, di mana kita dapat berinteraksi dengan *user* lain dengan melakukan *follow* atau *like* dan *share* konten yang mereka berikan. Kita sebagai *user* juga

dapat melakukan *review* dari barang-barang yang ada dalam Aplikasi SOCO *by* Sociolla setelah melakukan pembelian. Lalu, yang keenam ada fitur **rewards**, di mana kita bisa mendapatkan *voucher*, *E-Gift*, *points*, *diskon* dari transaksi dan *quest* yang telah kita lakukan. Terakhir, ada fitur **gifting** di mana kita dapat memberikan *E-Gift Card* terhadap sesama pengguna. Aku mau tanya, dari kakak sendiri paling tertarik dan sering digunakan dari fitur SOCO *by* Sociolla itu apa dan alasannya kenapa?

Rachel : Aku sendiri mungkin lebih tertarik dengan *points* dan *quest*. Dengan aku bertransaksi, aku bisa dapat *points*, lalu aku juga bisa menyelesaikan *quest*-nya juga bisa dapat *points*. Di mana *points* itu juga bisa ditukar ke dalam pengurangan biaya transaksi aku, jadi lebih ada *benefit*-nya saja di aku.

Pewawancara : Oke, berarti untuk yang *quest* itu bagaimana ya kak?

Rachel : Kalau yang *quest* itu kan ketika aku bisa menyelesaikan aku jadi dapat *points*, jadi sebenarnya kayak ada tantangan juga, aku menyelesaikan sesuatu terus aku dapat *points*, jadi ada rasa *satisfy*-nya sendiri saja.

Pewawancara : Oke, berarti kalau dari kakak sendiri merasa kedua fitur gamifikasi itu sendiri penting ya... Kalau misalkan dengan 5 fitur lainnya, menurut kakak sendiri penting atau tidak untuk diadakan atau perlu digantikan dengan yang lain atau tidak?

Rachel : Menurut aku penting sih, sebenarnya yang paling sering aku *notice* adalah *points*. Secara tidak langsung atau di luar sepengetahuan aku, aku juga turut menggunakan fitur-fitur lainnya. Aku rasa *rewards* dan *E-Gift* itu juga berguna dan penting untuk ada di aplikasinya. Terus *progress bar* dan *badges* itu juga kan memberitahukan aku *progress quest* aku itu sisa berapa lagi untuk sampai di *badges* yang memberikan *benefit* juga mungkin seperti potongan harga atau potongan ongkir atau *voucher*. Lalu, untuk *social graph*, jadi kalau aku butuh *review* suatu barang aku bisa lihat di fitur itu.

Pewawancara : Oke, berarti dari semua fitur gamifikasi yang ada di SOCO *by* Sociolla ini menurut kakak penting ya?

Rachel : Iya.

Pewawancara : Selanjutnya, aku mau tanya terkait dari sistem gamifikasi yang diaplikasikan dalam *platform* lain adalah fitur *leaderboard*. Kalau dari kakak sendiri, kira-kira diperlukan untuk diaplikasikan ke dalam Aplikasi SOCO *by* Sociolla? Atau dari fitur-fitur gamifikasi lainnya yang belum ada di SOCO *by* Sociolla yang perlu ditambahkan?

Rachel : Kalau menurut aku, *in case* ternyata mereka ingin menambahkan proses bisnis seperti *leaderboard* terus siapa pun yang menjadi *top 3* atau *top 5*, itu bisa mendapatkan *voucher* atau potongan gratis ongkir, *i think* itu mungkin cukup baik untuk diaplikasikan. Namun, kembali lagi terlepas dari konteks *game*, mungkin mereka tidak terlalu memikirkan mereka memimpin di sebuah *marketplace* atau transaksi mereka sudah banyak atau belum. Mungkin lebih fokus ke belanja saja, jadi menurut aku kurang efektif ya kalau diimplementasikan.

Pewawancara : Oke, aku mau tanya lagi terkait selama penggunaan aplikasi ini ada kendala dari segi fitur gamifikasinya itu sendiri atau dalam konteks yang lain?

Rachel: Kalau aku sih merasa, yang mungkin paling aku *notice* karena sering merhatiin *points* aku ya... Jadi yang aku *notice* beberapa kali, setelah melakukan transaksi kan harusnya dapat *points*, kadang *either points*-nya itu *lag* tidak langsung nambah setelah kita melakukan transaksi atau bahkan tidak masuk sama sekali. Aku bukan yang terlalu memerhatikan syarat dan ketentuan dapat *points*-nya harus melakukan transaksi berapa, tapi aku merasa aku udah cukup transaksinya. Biasanya, aku udah transaksi Rp 100.000,- sekali terus aku dapat *points*, tapi pada saat aku melakukan transaksi lagi dengan jumlah yang sama aku tidak dapat *points*. Jadi, aku merasa kayak ada ada *lag* atau kendalanya di hal itu.

Pewawancara : Oke kak, jadi kalau dari kakak sendiri saran untuk peningkatan pengalaman gamifikasinya itu bagaimana kak? Dari sistemnya harus diperkuat lagi untuk *points* supaya tidak *bug* atau ada hal lain lagi kak?

Rachel: Iya, paling untuk perbaikan *bug* itu. Karena aku merasa itu cukup berpengaruh untuk kegiatan aku berbelanja, karena aku sangat memperhatikan *points* itu. Jadi mungkin, bisa diperbaiki sistemnya supaya bisa lebih *real-time*.

Pewawancara : Oke baik, terima kasih kak.

Rachel: Sama-sama.

Transkrip Wawancara Narasumber 2

Narasumber 2 : Dea (R2)

8 Juni 2025

Pewawancara : Halo kak perkenalkan sebelumnya namaku Ivana. Aku izin untuk wawancara, boleh?

Dea : Boleh.

Pewawancara : Baik kak, sebelumnya aku boleh tanya namanya siapa?

Dea : Dea

Pewawancara : Oke Kak Dea, sebelumnya aku izin wawancara ya terkait dari Tugas Akhir aku mengenai pengaruh implementasi gamifikasi terhadap loyalitas pelanggan dalam Aplikasi SOCO by Sociolla. Jadi, aku mau menjelaskan sedikit. Gamifikasi adalah sistem *game* yang diaplikasikan ke dalam konteks *non-game* yang biasa sudah kita lihat dalam aplikasi-aplikasi *e-commerce* seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, dan lain-lain. Aku sudah melakukan penelitian di dalam Aplikasi SOCO by Sociolla sendiri ada 7 fitur gamifikasi. Yang pertama ada, *progress bar*, *points*, *badges*, *social graphs*, *rewards*, *gifting*, dan *quest*. Dari kakak sendiri paling sering menggunakan fitur apa dari ketujuh itu dan alasannya kenapa?

Dea : Aku lebih sering menggunakan *points* dan *progress bar*. Kalau *points* itu, aku lebih ingin melihat dan sering *check points* yang udah masuk setiap aku melakukan transaksi di aplikasinya. Kalau *progress bar*, itu aku ingin melihat sejauh mana mungkin aku bisa ke tahap selanjutnya setelah aku berbelanja.

Pewawancara : Oke, aku mau tanya lagi ya kak, kalau dari 5 fitur yang lainnya itu penting atau tidak untuk di Aplikasi SOCO by Sociolla?

Dea : Sebenarnya kan itu dibuat di dalam aplikasi karena ada gunanya masing-masing ya, jadi pastinya penting.

Pewawancara : Oke kak, selanjutnya aku mau tanya untuk di Aplikasi SOCO *by* Sociolla ini sendiri belum ada fitur gamifikasi *leaderboard* yang sebenarnya sudah banyak diaplikasikan di *platform* lain? Apakah dari kakak sendiri merasa itu perlu ditambahkan atau mungkin ada fitur gamifikasi yang lain yang perlu diimplementasikan? Karena dari yang aku lihat sendiri, *leaderboard* ini bisa mempengaruhi rasa kompetitif dari setiap penggunanya. Sehingga, bisa berpengaruh juga terhadap *repurchase intention* dan mungkin juga bisa melibatkan loyalitas pelanggan tersebut?

Dea : Kalau menurut aku, untuk *leaderboard* ini tidak usah, tidak terlalu penting menurut aku. Karena, lebih fokus mengimplementasikan yang sudah ada saja.

Pewawancara : Oke kak, terus kalau dari pengalaman kakak sendiri dalam menggunakan aplikasi ini ada kendala tidak mungkin dari segi fitur gamifikasi atau di luar konteks itu?

Dea : Aku sering mengalami *bug* kalau baru buka aplikasi itu. Misalnya aku baru buka aplikasinya, terus aku pindah ke aplikasi lain terus aku buka lagi itu bisa *bug*. Aku kemarin juga pernah belanja, aku sudah memasukkan produknya ke dalam keranjangku. Itu kadang ke-*double* atau tidak masuk.

Pewawancara : Oke kak, kalau dari kakak ada saran untuk meningkatkan pengalaman gamifikasinya atau di luar itu?

Dea : Menurut saya, difokuskan lebih dahulu untuk memperbaiki kerusakan *bug*-nya yang ada dalam aplikasi ini, daripada menambah yang lain.

Pewawancara : Oke, tapi kalau dari yang gamifikasinya sendiri ada yang perlu dimaksimalkan atau bagaimana?

Dea : Kalau dari gamifikasinya sendiri tidak perlu.

Pewawancara : Baik kak, terima kasih.

Dea : Sama-sama.

Transkrip Wawancara Narasumber 3

Narasumber 3 : Naomi (R3)

9 Juni 2025

Pewawancara : Halo kak perkenalkan sebelumnya namaku Ivana. Aku izin untuk wawancara, boleh?

Naomi : Boleh.

Pewawancara : Baik kak, sebelumnya aku boleh tanya namanya siapa?

Naomi : Naomi, kak.

Pewawancara : Baik kak, aku izin wawancara ya terkait dari Tugas Akhir aku mengenai pengaruh implementasi gamifikasi terhadap loyalitas pelanggan dalam Aplikasi SOCO by Sociolla. Sebelumnya aku mau menjelaskan terlebih dahulu mengenai gamifikasi sendiri merupakan konteks *game* yang diaplikasikan ke dalam konteks *non-game*. Sekarang sudah *common* di berbagai macam *platform*, terutama aplikasi dari *e-commerce* misalnya seperti Shopee, Lazada, Bibli, dan termasuk dengan SOCO by Sociolla. Sebelumnya aku kasih tahu terlebih dahulu ada 7 fitur gamifikasi yang sudah saya teliti di Aplikasi SOCO by Sociolla ini. Yang pertama ada *points*, *badges*, *social graph*, *quest*, *rewards*, *gifting*, dan *progress bar*. Lalu dari kakak sendiri, ada tidak dari fitur-fitur tersebut yang paling menarik dan sering kakak gunakan dan alasannya kenapa?

Naomi : Mungkin dari fitur yang disebutkan, ada 2 fitur yang menurut aku paling sering untuk dipakai. Yang pertama ada di *rewards*, karena menarik perhatian kita dalam menggunakan aplikasi dan bisa mengerti pencapaian kita dari *skincare* yang dipakai atau mungkin dari *social graph*, itu kita bisa melihat *review* orang-orang terhadap suatu produk yang dijual dan di-*review* di Sociolla. Jadi kita bisa mengerti produk ini bisa cocok di kulit kita dengan jenis kulit kita seperti apa dan bagaimana.

Pewawancara : Oke kak, kalau dari kakak sendiri menyebutkan 2 fitur gamifikasi dari 7, 5 fitur yang lainnya menurut kakak itu penting atau tidak di dalam Aplikasi SOCO by Sociolla?

Naomi : Kalau menurutku selama menggunakan aplikasinya semuanya penting kak. Karena mungkin tidak terlalu sering dipakai atau tidak sering di-*notice* oleh saya. Namun

yang menggunakan aplikasinya juga digunakan oleh orang lain juga, jadi tergantung dari kebutuhannya masing-masing.

Pewawancara : Oke baik kak, lalu dari Aplikasi SOCO *by* Sociolla ini sendiri belum ada fitur gamifikasi seperti *leaderboard* yang menunjukkan *top 10 user*, *top 5 user*, atau *top 3 user* yang memperlihatkan *points* yang besar sehingga juga dapat memacu rasa kompetitif dari *user* lain. Atau mungkin dari fitur-fitur gamifikasi yang belum ada perlu ditambahkan ke dalam aplikasi atau hanya perlu yang sudah ada saat ini saja?

Naomi : Lumayan menarik ya, mungkin bisa diadakan. Tapi mungkin diberi sesuatu efek yang diberikan kepada penggunaanya jadi misal ada diskon, potongan, atau yang dapat menguntungkan pengguna. Kalau menurut saya, jika hanya sebatas tampilan mungkin akan kurang *di-notice*.

Pewawancara : Oke, jadi sebetulnya ini sudah seperti *badges* yang berlaku ya kak. Karena semakin tinggi *badges*, semakin banyak *benefit* yang bisa diterima salah satunya mungkin dari diskon atau *voucher*. Jadi, *leaderboard* mungkin menjadi tidak efektif ya kalau sudah ada implementasi yang ada sekarang di bagian *badges*-nya.

Naomi : Iya.

Pewawancara : Kalau begitu, dari kakak ada pengalaman kendala selama menggunakan Aplikasi SOCO *by* Sociolla baik dari segi fitur gamifikasinya atau di luar konteks itu?

Naomi : Untuk selama ini, mungkin bukan kendala ya kak. Tujuan utama saya menggunakan aplikasi ini sebetulnya karena ingin melihat *review* dan produk-produk yang mungkin saya belum mengerti untuk penggunaannya seperti apa. Namun, di beberapa produk masih belum ada *review*-nya. Jadi, saya penasaran sebenarnya produk tersebut bermanfaat tidak atau sudah pernah digunakan oleh orang lain dan *review*-nya seperti apa. Kalau di luar itu, saya belum menemukan kendala kak.

Pewawancara : Baik kak, kalau begitu dari kakak sendiri ada saran untuk mengoptimalkan fitur gamifikasinya atau mungkin dari segi hal lain? Atau sudah cukup baik sejauh ini kak?

Naomi : Mungkin lebih kepada pengguna aplikasinya ini, dari melihat *review* yang mungkin tidak sebanyak itu jumlahnya. Mungkin dari penggunanya yang masih belum banyak, jadi kayaknya mungkin lebih ke promosiin lagi aplikasi tersebut supaya yang menggunakan aplikasinya lebih banyak. Sehingga, interaksi antara *beauty vlogger* atau apapun itu yang menggunakan produk kecantikan itu lebih banyak mendapatkan ilmu.

Pewawancara : Baik, terima kasih ya kak.

Naomi : Sama-sama kak.

Transkrip Wawancara Narasumber 4

Narasumber 4 : Novi (R4)

9 Juni 2025

Pewawancara : Halo kak perkenalkan sebelumnya namaku Ivana. Aku izin untuk wawancara, boleh?

Novi : Boleh.

Pewawancara : Baik kak, sebelumnya aku boleh tanya namanya siapa?

Novi : Namaku Novi.

Pewawancara : Kak, aku izin untuk wawancara terkait keperluan aku dalam Tugas Akhir. Aku meneliti pengaruh implementasi gamifikasi terhadap loyalitas pelanggan dalam Aplikasi SOCO *by* Sociolla. Aku sudah meneliti ada 7 fitur gamifikasi, yang pertama ada *progress bar, points, quest, badges, gifting, rewards, dan social graph*. Aku mau tanya ke kakak, yang paling menarik dan sering digunakan fitur apa dan alasannya kenapa kak?

Novi : Kalau aku dari SOCO *by* Sociolla, yang paling aku suka adalah *points*. Karena, itu bisa memberikan rasa pencapaian dan motivasi buat pakai dan belanja terus di aplikasi itu.

Pewawancara : Kalau misalkan di luar itu, 6 yang lainnya menurut kakak penting atau tidak untuk di Aplikasi SOCO *by* Sociolla?

Novi : Dari aku ada yang cukup penting, seperti *rewards*. Karena dari pembelinya, jadi dari aplikasinya memberikan insentif langsung ke pelanggan. Kita yang menggunakan aplikasinya juga jadi merasa puas sama *rewards*-nya.

Pewawancara : Oke, kalau begitu mungkin menurut kakak untuk fitur lainnya berpengaruh tetapi kurang *notice* ya kak?

Novi : Iya betul tidak terlalu kerasa.

Pewawancara : Mungkin dari kakak sendiri ada fitur gamifikasi yang perlu ditambahkan di Aplikasi SOCO *by* Sociolla?

Novi : Tidak ada, cukup itu saja.

Pewawancara : Terus kalau dari kakak sendiri ada kendala tidak selama menggunakan Aplikasi SOCO *by* Sociolla?

Novi : Sejauh ini aman-aman saja, karena bukan aplikasi yang digunakan setiap hari.

Pewawancara : Oke, berarti dari kakak ada saran untuk mengoptimalkan fitur gamifikasi atau mungkin di luar fitur gamifikasi?

Novi : Tidak ada, semuanya sudah cukup baik.

Pewawancara : Baik, terima kasih kak.

Novi : Sama-sama.

Transkrip Wawancara Narasumber 5

Narasumber 5 : Rere (R5)

9 Juni 2025

Pewawancara : Halo kak perkenalkan sebelumnya namaku Ivana. Aku izin untuk wawancara, boleh?

Rere : Boleh.

Pewawancara : Baik kak, sebelumnya aku boleh tanya namanya siapa?

Rere : Rere, kak.

Pewawancara : Oke Kak Rere, aku mau tanya untuk keperluan Tugas Akhir aku terkait pengaruh implementasi gamifikasi terhadap loyalitas pelanggan dalam Aplikasi SOCO *by* Sociolla. Pertanyaan yang pertama, fitur apa saja yang paling sering kakak gunakan. Karena di dalam Aplikasi SOCO *by* Sociolla yang sudah aku teliti ini sendiri terdapat 7 fitur gamifikasi, yang pertama ada *points*, *rewards*, *progress bar*, *quest*, *badges*, *gifting*, dan *social graph*. Menurut kakak sendiri apa dan alasannya kenapa?

Rere : Kalau menurut saya sendiri, yang paling memuaskan itu *points* ya kak. Karena kalau melakukan sesuatu terus bisa dapat *points* itu rasanya di dalam diri ada pencapaian.

Pewawancara : Oke kak, kalau di luar itu sendiri fitur gamifikasi yang lainnya penting untuk di Aplikasi SOCO *by* Sociollanya atau tidak kak?

Rere : Ada yang penting juga ya kak, mungkin dari yang *rewards* itu. Jadi kalau kita punya *points* banyak itu kan kita bisa dapat *rewards*-nya. Itu kan *benefit* yang lumayan kak.

Pewawancara : Iya betul kak, karena kan dari SOCO *by* Sociolla ini *points* juga dapat ditukar menjadi *voucher* jadi memang menarik ya kak. Lalu, dari kakak pernah punya pengalaman kendala dalam menggunakan Aplikasi SOCO *by* Sociolla?

Rere : Kalau dari Aplikasi SOCO *by* Sociolla itu sendiri tidak digunakan setiap hari ya kak, hanya pada saat berbelanja saja. Selama penggunaan belum ada kendala kak sejauh ini.

Pewawancara : Baik kak, kalau dari kakak ada fitur gamifikasi yang belum ada di Aplikasi SOCO *by* Sociolla atau yang saat ini sudah cukup?

Rere : Karena aplikasinya tidak sering digunakan juga, jadi tidak ada. Sudah cukup.

Pewawancara : Oke kak, kalau dari kakak apakah ada saran untuk meningkatkan fitur gamifikasi itu sendiri atau di luar konteks tersebut?

Rere : Kalau menurut saya pribadi belum ada kak.

Pewawancara : Baik, terima kasih kak.

Rere : Iya sama-sama kak.

Transkrip Wawancara Narasumber 6

Narasumber 6 : Riza (R6)

9 Juni 2025

Pewawancara : Halo kak perkenalkan sebelumnya namaku Ivana. Aku izin untuk wawancara, boleh?

Riza : Boleh.

Pewawancara : Baik kak, sebelumnya aku boleh tanya namanya siapa?

Riza : Riza

Pewawancara : Oke Kak Riza, sebelumnya aku mau wawancara untuk keperluan Tugas Akhir aku yang meneliti tentang pengaruh implementasi gamifikasi terhadap loyalitas pelanggan dalam Aplikasi SOCO *by* Sociolla. Ada 7 fitur gamifikasi yang sudah aku teliti dalam Aplikasi SOCO *by* Sociolla yaitu, *rewards*, *gifting*, *progress bar*, *points*, *badges*, *quest*, dan *social graph*. Kalau dari kakak yang paling sering digunakan dan menarik perhatian kakak dari fitur-fitur itu apa dan alasannya kenapa kak?

Riza : Yang *points*, karena rasanya kalau dapat *points* itu senang saja, lihat dapat *points* langsung bahagia.

Pewawancara : Oke, jadi ini juga bisa mempengaruhi kakak untuk belanja lagi di Sociolla ya kak?

Riza : Iya betul.

Pewawancara : Oke kalau di luar itu, menurut kakak penting atau tidak adanya fitur-fitur tersebut di dalam Aplikasi SOCO *by* Sociolla?

Riza : Iya penting, karena kita juga dengan adanya fitur yang banyak itu jadi bisa memilih dan lebih menarik.

Pewawancara : Oke, kalau dari kakak sendiri pernah melihat ada fitur gamifikasi di aplikasi lain dan di Aplikasi SOCO *by* Sociolla tidak ada dan mungkin perlu ditambahkan atau sudah cukup?

Riza : Sudah cukup menurut aku, karena sudah lengkap dan banyak juga.

Pewawancara : Baik kak, kalau selama ini apakah ada kendala dalam menggunakan Aplikasi SOCO *by* Sociolla?

Riza : Sejauh ini belum ada kendala apa-apa ya, aman-aman saja.

Pewawancara: Baik kak, mungkin dari kakak ada saran untuk meningkatkan pengalaman gamifikasinya sendiri atau di luar konteks itu?

Riza : Sudah cukup.

Pewawancara: Terima kasih, kak.

Riza : Sama-sama.

Transkrip Wawancara Narasumber 7

Narasumber 7 : Rina (R7)

9 Juni 2025

Pewawancara : Halo kak perkenalkan sebelumnya namaku Ivana. Aku izin untuk wawancara, boleh?

Rina : Boleh.

Pewawancara : Baik kak, sebelumnya aku boleh tanya namanya siapa?

Rina : Halo, nama aku Rina.

Pewawancara : Aku boleh tanya untuk keperluan Tugas Akhir aku mengenai pengaruh implementasi gamifikasi terhadap loyalitas pelanggan dalam Aplikasi SOCO *by* Sociolla. Sebelumnya, aku sudah melakukan penelitian dan terdapat 7 fitur gamifikasi yang ada dalam Aplikasi SOCO *by* Sociolla yaitu, *rewards, gifting, points, quest, progress bar,*

social graph, dan *badges*. Kalau dari kakak sendiri, ada fitur yang paling sering kakak gunakan dan paling menarik perhatian? Lalu, alasannya kenapa?

Rina : Menurut aku sendiri itu, *points* ya. Misalnya kita beli, lalu dapat *points* itu nanti kedepannya juga jadi semangat buat beli lagi dan mengumpulkan *points*-nya itu.

Pewawancara : Kalau di luar itu kak, menurut kakak apakah fitur-fitur gamifikasi lain penting untuk ada di dalam Aplikasi SOCO *by* Sociolla dan alasannya kenapa?

Rina : Kalau menurut aku sendiri penting, terlebih lagi karena fiturnya banyak ya. Selain *points*, *gifting* itu penting karena bisa ada pemberian *voucher* ya.

Pewawancara : Iya kak, karena juga bisa meningkatkan interaksi antara satu sama lain juga.

Rina : Iya betul.

Pewawancara : Kalau dari kakak, ada fitur gamifikasi yang masih kurang di Aplikasi SOCO *by* Sociollanya sendiri?

Rina : Sejauh ini sudah cukup kak.

Pewawancara : Oke, selama ini apakah kakak pernah mengalami kendala?

Rina : Tidak pernah, kak.

Pewawancara : Mungkin dari kakak apakah ada saran untuk meningkatkan pengalaman gamifikasinya atau di luar konteks itu?

Rina : Tidak ada kak, sejauh ini sudah sangat cukup dan sangat bagus.

Transkrip Wawancara Narasumber 8

Narasumber 8 : Nadila (R8)

9 Juni 2025

Pewawancara : Halo kak perkenalkan sebelumnya namaku Ivana. Aku izin untuk wawancara, boleh?

Nadila : Boleh.

Pewawancara : Baik kak, sebelumnya aku boleh tanya namanya siapa?

Nadila : Halo, aku Nadila.

Pewawancara : Oke Kak Nadila. Aku mau tanya untuk penelitian aku terkait pengaruh implementasi gamifikasi terhadap loyalitas pelanggan dalam Aplikasi SOCO *by* Sociolla. Dalam penelitian aku ini, terdapat 7 fitur gamifikasi yang sudah diterapkan di dalam Aplikasi SOCO *by* Sociolla yaitu, *rewards*, *gifting*, *quest*, *progress bar*, *social graph*, *badges*, dan *points*. Kalau dari kakak, apakah ada fitur gamifikasi yang paling sering digunakan dan menarik perhatian? Lalu alasannya kenapa?

Nadila : Menurut aku yang *rewards*, karena bisa dapat *voucher* atau *gift* itu kan *benefit*-nya langsung berasa. Jadi, kalau dapat *rewards* itu langsung dapat produknya jadi senang untuk belanja lagi dan lumayan jadi bisa dapat produk lagi.

Pewawancara : Kalau di luar itu, dari fitur gamifikasi yang lainnya kakak melihatnya penting atau tidak di dalam Aplikasi SOCO *by* Sociolla?

Nadila : Menurut aku penting, seperti *points* atau *gifting* itu bisa ditukar jadi itu penting dan bisa untuk menarik pelanggan.

Pewawancara : Oke kak, kalau dari fitur gamifikasi yang ada saat ini apakah sudah cukup atau ada yang perlu ditambahkan?

Nadila : Sejauh ini sudah cukup.

Pewawancara : Dari kakak apakah ada pengalaman kurang menyenangkan seperti sistem *bug* atau hal-hal lain yang ada dari Aplikasi SOCO *by* Sociolla?

Nadila : Tidak ada, masih aman-aman saja.

Pewawancara : Mungkin kakak ada saran untuk peningkatan pengalaman gamifikasinya atau di luar konteks itu?

Nadila : Kalau menurut aku tidak ada, sudah cukup.

Pewawancara : Baik, terima kasih kak.

Nadila : Iya sama-sama.

Transkrip Wawancara Narasumber 9

Narasumber 9 : Sylvia (R9)

9 Juni 2025

Pewawancara : Halo kak perkenalkan sebelumnya namaku Ivana. Aku izin untuk wawancara, boleh?

Sylvia : Boleh.

Pewawancara : Baik kak, sebelumnya aku boleh tanya namanya siapa?

Sylvia : Nama aku Sylvia.

Pewawancara : Baik Kak Sylvia, aku izin untuk wawancara sebentar ya kak untuk Tugas Akhir aku mengenai pengaruh implementasi gamifikasi terhadap loyalitas pelanggan dalam Aplikasi SOCO *by* Sociolla. Dari penelitian aku sendiri, ada 7 fitur gamifikasi yang ada dalam Aplikasi SOCO *by* Sociolla itu. Yang pertama ada *rewards*, *points*, *gifting*, *quest*, *progress bar*, *social graph*, dan *badges*. Kalau dari kakak, ada fitur gamifikasi yang paling sering digunakan dan menurut kakak menarik? Lalu, alasannya kenapa?

Sylvia : Kalau dari aku, *points* itu paling penting dan dari *points* itu bisa dapat *rewards*. Lalu, *social graph*. Karena kalau dari membeli sesuatu atau membuat *review* itu kita bisa mendapatkan *points* dan *point*-nya bisa ditukar menjadi *rewards*. Jadi, otomatis membuat pelanggan menjadi lebih tertarik untuk *repeat order* dan menggunakan SOCO *by* Sociolla ini. Lalu, untuk *social graph* ini, karena menurut aku aplikasi ini sendiri memiliki keunikan di mana kita bisa juga membaca *review* dari orang yang sudah berpengalaman dan menggunakan suatu produk. Jadi menurut aku, ini pasti bisa bikin orang lebih tertarik lagi untuk menggunakan aplikasi ini.

Pewawancara: Oke, sebelumnya kakak menyebutkan 3 fitur gamifikasi ya, *points*, *rewards*, dan *social graph*. Dari 7 fitur yang ada, ada 4 fitur yang belum kakak sebutkan.

Dari keempat itu apakah menurut kakak penting dan tetap diperlukan di dalam Aplikasi SOCO by Sociolla?

Sylvia : Kalau menurut aku, semua fiturnya penting juga ya. Dan karena semua fiturnya ada hubungannya dengan satu sama lain jadi memang harus ada fiturnya di dalam aplikasinya.

Pewawancara : Oke, tapi mungkin dari kakak yang lebih kerasa *benefit*-nya itu dari *points*, *rewards*, dan *social graph*-nya ya kak.

Sylvia : Iya benar.

Pewawancara : Oke kak, mungkin selama ini apakah dari kakak pernah mengalami kendala dalam menggunakan Aplikasi SOCO by Sociolla dari fitur gamifikasinya atau di luar konteks itu?

Sylvia : Kalau aku mungkin dari *points*-nya ya. Kalau misalnya dari kita habis melakukan *review* atau beli barang, itu *points*-nya tidak langsung bisa masuk.

Pewawancara : Oke kak, lalu ada yang ingin aku tanyakan. Ada banyak aplikasi di luar sana yang menerapkan fitur gamifikasi sendiri seperti, *leaderboard* yang menunjukkan *top 3 user*, *top 5 user*, atau bahkan *top 10 user*. Kalau menurut kakak sendiri, perlu tidak untuk ditambahkan di Aplikasi SOCO by Sociolla? Karena dari yang aku lihat, fitur *leaderboard* ini bisa mempengaruhi rasa kompetitif dari para *user*-nya.

Sylvia : Kalau kita bilang untuk loyalitas pelanggan, menurut aku kurang relevan. Karena fitur *leaderboard* ini sifatnya membedakan berdasarkan “kasta” atau mengelompokkan orang-orang misalnya yang *top* siapa, dan ini akan membuat orang menjadi merasa *pressure*. Lalu, pengguna menjadi lelah.

Pewawancara : Oke kak. Kalau dari kakak katakan sebelumnya ada kendala. Apakah dari kakak ada saran untuk meningkatkan pengalaman gamifikasi atau di luar konteks itu untuk Aplikasi SOCO by Sociolla?

Sylvia : Paling seperti yang sudah aku katakan tadi, yang masalah *points* itu kalau bisa langsung masuk. Jadi kita tidak harus menunggu.

Pewawancara : Baik kak, terima kasih.

Sylvia : Iya sama-sama.

Transkrip Wawancara Narasumber 10

Narasumber 10 : Nadya (R10)

9 Juni 2025

Pewawancara : Halo kak perkenalkan sebelumnya namaku Ivana. Aku izin untuk wawancara, boleh?

Nadya : Boleh.

Pewawancara : Baik kak, sebelumnya aku boleh tanya namanya siapa?

Nadya : Hai, aku Nadya.

Pewawancara : Oke Kak Nadya, aku izin wawancara untuk keperluan Tugas Akhir aku mengenai pengaruh implementasi gamifikasi terhadap loyalitas pelanggan dalam Aplikasi SOCO *by* Sociolla. Dari penelitian aku sendiri, ada 7 fitur gamifikasi yang ada dalam Aplikasi SOCO *by* Sociolla itu. Yang pertama ada *points*, *progress bar*, *badges*, *quest*, *social graph*, *rewards*, dan *gifting*. Aku mau tanya, kalau dari kakak sendiri apakah ada fitur gamifikasi yang paling sering digunakan dan menarik dalam Aplikasi SOCO *by* Sociolla? Lalu, alasannya kenapa?

Nadya : Kalau aku suka *points* ya, karena langsung berasa jadi setelah kita beli kita mendapatkan *points* yang bisa ditukarkan *rewards* itu. Lalu, setelah dapat *rewards* itu kita jadinya *happy* karena merasa diapresiasi untuk mendapatkan *voucher*. Lalu, juga ada *gifting* yang mana kita bisa kasih *e-gift card* ke sesama pengguna. Jadi aku juga bisa ajak teman-temanku juga.

Pewawancara : Oke kak, kakak tadi menyebutkan 3 fitur yaitu *points*, *rewards*, dan *gifting*. Lalu, untuk 4 fitur lainnya menurut kakak apakah penting untuk ada di dalam Aplikasi SOCO *by* Sociolla? Kenapa kakak jarang menggunakan atau melihat fitur tersebut?

Nadya : Oke, kalau misalkan dari *quest* sendiri sebenarnya aku suka tapi tidak yang intens. Oke sebenarnya kalau kita ada waktu luang, lalu kalau fitur lain seperti *badges*, *progress bar*, dan *social graph* itu saling terhubung ya. Misalkan *progress bar* itu kita bisa lihat sudah sampai di tahap mana, lalu *badges* jatuhnya seperti melihat level kita sudah ada di mana. Kemudian, kalau *social graph* itu kurang lebih kita bisa melakukan *review* tetapi aku pikir itu bentuk satu hubungan yang membuat gamifikasi utuh. Jadi, aku tidak sering *notice* tapi keren.

Pewawancara : Oke kak berarti sebenarnya ini berhubungan satu sama lain tapi dari kakak sendiri tidak sepenuhnya menyadari kalau itu satu bagian dari gamifikasi. Dari yang kakak *notice* sendiri itu seperti jawaban yang di awal dan semuanya penting ya kak.

Nadya : Iya penting sekali.

Pewawancara : Baik, kalau misalkan dari aplikasi lain yang mungkin tidak banyak digunakan di *e-commerce*. Tetapi hal ini sering diaplikasikan yaitu fitur *leaderboard* yang mana kita bisa menunjukkan *top 3 user*, *top 5 user*, atau bahkan *top 10 user* yang dapat memacu rasa kompetitif dari setiap *user*-nya. Apakah menurut kakak hal ini diperlukan untuk di Aplikasi SOCO by Sociolla? Atau mungkin dari kakak ada kepikiran terkait fitur gamifikasi lain yang kakak temukan di aplikasi lain dan tidak ada di Aplikasi SOCO by Sociolla?

Nadya : Kalau aku tidak langsung *notice* soal *leaderboard* karena itu seperti kompetisi. Jadinya kita mengejar yang mana sebetulnya tidak semua pengguna oke dengan fitur itu. Kadang pengguna pengalaman belanja atau *review* yang nyaman saja tanpa perlu ada persaingan seperti menjadi *top 10 user*, jadi sepertinya tidak terlalu diperlukan kak kalau dari aku pribadi.

Pewawancara : Oke kak, aku ingin tanya lagi terkait kendala di dalam fitur gamifikasi atau di luar konteks yang pernah kakak alamin?

Nadya : Mungkin kalau fitur gamifikasi lebih ke *loading* aja ya, tapi mungkin bisa aja karena dari masalah jaringan. Kalau pengalaman penggunaanya selama ini semuanya fungsional ya sudah cukup oke.

Pewawancara : Oke, lanjut ke pertanyaan terakhir dari kakak sendiri ada saran untuk fitur gamifikasi atau secara keseluruhan untuk Aplikasi SOCO *by* Sociolla?

Nadya : Kalau dari pengalaman gamifikasinya sudah cukup ya, seru sekali. Jadi, tidak perlu ada penambahan fitur gamifikasi.

Pewawancara : Oke, terima kasih banyak ya kak.

Nadya : Iya sama-sama.

Transkrip Wawancara Narasumber 11

Narasumber 11 : Geby (R11)

9 Juni 2025

Pewawancara : Halo kak perkenalkan sebelumnya namaku Ivana. Aku izin untuk wawancara, boleh?

Geby : Boleh.

Pewawancara : Baik kak, sebelumnya aku boleh tanya namanya siapa?

Geby : Halo, perkenalkan nama aku Geby.

Pewawancara : Oke Kak Geby, aku mau tanya untuk keperluan Tugas Akhir yang meneliti terkait pengaruh implementasi gamifikasi terhadap loyalitas pelanggan dalam Aplikasi SOCO *by* Sociolla. Dari penelitian aku sendiri, ada 7 fitur gamifikasi yang ada dalam Aplikasi SOCO *by* Sociolla itu. Yang pertama ada *points*, *progress bar*, *badges*, *quest*, *social graph*, *rewards*, dan *gifting*. Aku mau tanya, kalau dari kakak sendiri yang menggunakan Aplikasi SOCO *by* Sociolla, fitur gamifikasi apa yang paling sering kakak gunakan dan alasannya kenapa?

Geby : Kalau menurut aku, yang paling sering digunakan itu *quest* karena bisa mengerjakan misi-misi jadinya *happy*, lalu kalau sudah selesai mengerjakan misinya merasa *satisfy*.

Pewawancara : Oke, kalau dari 6 fitur gamifikasi lainnya menurut kakak penting atau tidak? Alasannya kenapa?

Geby : Kalau menurut aku yang lainnya penting-penting juga, tapi yang paling sering aku gunakan *quest* itu. Lalu, kenapa yang lainnya aku bilang penting itu karena berhubungan satu sama lain. Jadi kalau dihilangkan, malah bisa menyalahi mekanika yang ada.

Pewawancara : Dari Aplikasi SOCO *by* Sociolla ini masih ada fitur gamifikasi yang belum diaplikasikan jika melihat dari aplikasi lain. Ada yang menerapkan fitur *leaderboard* di dalam aplikasinya, yang memperlihatkan *top 3 user*, *top 5 user*, atau *top 10 user*. Dari *leaderboard* ini sebetulnya berfungsi untuk memacu rasa kompetitif dari setiap *user*-nya. Kalau dari pendapat kakak apakah itu perlu diimplementasikan atau mungkin ada saran fitur gamifikasi lain yang belum ada di Aplikasi SOCO *by* Sociolla dan perlu ditambahkan?

Geby : Kalau *leaderboard* itu sepertinya tidak perlu, karena kalau ditambah fitur itu jatuhnya pengguna jadi merasa tertekan dan membuat penggunaanya jadi malas dan kurang efektif,

Pewawancara : Baik, mungkin bisa menyebabkan kelelahan dalam penggunaan gamifikasinya ya kak di saat harusnya berbelanja saja tapi harus berlomba-lomba dengan pengguna lain.

Geby : Iya betul.

Pewawancara : Kalau dari penggunaan selama ini apakah ada kendala di dalam Aplikasi SOCO *by* Sociolla terkait fitur gamifikasi itu sendiri atau di luar konteks tersebut?

Geby : Paling kalau kendalanya itu suka *bug* di bagian *points*-nya. Misalkan sudah melakukan *quest* itu, kadang *points*-nya tidak langsung ter-*input*.

Pewawancara : Baik, apakah dari kakak ada saran untuk dapat meningkatkan pengalaman fitur gamifikasinya atau secara umum untuk Aplikasi SOCO *by* Sociolla?

Geby : Kalau untuk sekarang, menurut aku sudah cukup baik.

Pewawancara : Oke kak, terima kasih.

Geby : Iya sama-sama.

Transkrip Wawancara Narasumber 12

Narasumber 12 : Yosefira (R12)

9 Juni 2025

Pewawancara : Halo kak perkenalkan sebelumnya namaku Ivana. Aku izin untuk wawancara, boleh?

Yosefira : Boleh.

Pewawancara : Baik kak, sebelumnya aku boleh tanya namanya siapa?

Yosefira : Halo, namaku Yosefira.

Pewawancara : Oke Kak Yosefira, aku mau tanya untuk keperluan Tugas Akhir yang meneliti terkait pengaruh implementasi gamifikasi terhadap loyalitas pelanggan dalam Aplikasi SOCO by Sociolla. Aku sudah melakukan penelitian di mana terdapat 7 fitur gamifikasi yang ada dalam Aplikasi SOCO by Sociolla itu. Yang pertama ada *points*, *progress bar*, *badges*, *quest*, *social graph*, *rewards*, dan *gifting*. Kalau dari kakak sendiri ada melihat fitur gamifikasi apa yang paling menarik dan sering kakak gunakan dan alasannya kenapa?

Yosefira : Oke, selama aku menggunakan aplikasi ini aku paling sering menggunakan *points*, *rewards*, dan *social graph*. Yang pertama itu *points* ya, aku pernah dulu sebelum Sociolla itu menghilangkan sebuah aksi untuk *recycling* tempat *skincare* kita dan setelahnya mendapatkan *points* yang bisa menjadi *rewards* untuk kita di mana bisa di *claim* menjadi *voucher* yang bisa digunakan dalam berbelanja. Jadi menurut aku itu sangat menarik ya. Sebetulnya aku pribadi tidak terlalu suka untuk menginstalasi aplikasi untuk hanya satu *brand* saja, karena jatuhnya memenuhi memori HP. Tetapi, karena hal tersebut aku jadi tertarik untuk *download* Aplikasi SOCO by Sociolla ini. Dan aku tidak akan menghapus aplikasinya karena menguntungkan kita sebagai *customer* di mana kita bisa *recycling*, mendapat *voucher*, dan bisa menumbuhkan rasa *recycling* tidak membuang barang bekas *skincare* begitu saja jadi sangat berguna. Lalu, untuk *social*

graph, itu aku sering melihat *review* dari pengguna lain dan aku juga suka di mana ini bisa menambahkan wawasan terkait produk yang direkomendasikan oleh pengguna lain. Untuk fitur yang lain aku masih belum tahu.

Pewawancara : Kalau boleh tahu, kakak masih belum tahu ini apakah karena kakak tidak menyadari fitur itu secara langsung atau bagaimana kak?

Yosefira : Sebetulnya, aku *download* aplikasi ini hanya untuk *points* itu saja, jadi memang tidak yang terlalu mendalami. Aku memang pernah mendalami lebih lanjut aplikasi ini, tapi memang yang paling dominan aku gunakan hanya 3 fitur tadi.

Pewawancara : Oke kak, kalau dari aplikasi lain yang aku lihat ada fitur gamifikasi berupa *leaderboard* di mana menunjukkan *top 3 user*, *top 5 user*, atau *top 10 user* yang bisa memicu setiap *user* untuk menjelajahi aplikasi itu lebih lanjut dan mungkin menimbulkan rasa loyalitas terhadap pelanggan? Atau mungkin dari kakak ada terpikirkan fitur gamifikasi lain yang masih kurang di Aplikasi SOCO by Sociolla?

Yosefira : Menurutku itu bagus ya, bisa lebih kompetitif karena ada *rewards*-nya seperti menjadi *top 3 user*. Tapi, untuk diriku sendiri agak kurang untuk mengikuti hal seperti itu, mungkin ada beberapa orang yang akan suka dengan hal itu.

Pewawancara : Oke kak, apakah kakak selama penggunaan Aplikasi SOCO by Sociolla ini ada pernah mengalami kendala baik dalam fitur gamifikasi seperti yang sudah aku sebutkan sebelumnya atau di luar konteks tersebut?

Yosefira : Kalau sejauh ini tidak ada, sejauh ini aman saja. Aku juga lihat belakangan ini ada promo-promo menarik juga dari aplikasi itu dan dapat dikirimkan produknya langsung ke aku tanpa harus datang ke Sociolla langsung, sehingga bisa hemat lagi. Di aku sendiri, aplikasinya tidak pernah terjadi *lag*. Dulu, aku juga pernah di *handphone* yang lama *full storage* jadi aku harus *uninstall* dan *install* ulang di saat diperlukan, dan aku suka lupa dengan *password* aku, dan untuk *login* itu tidak sulit di mana bisa dari *email* atau nomor telepon.

Pewawancara : Oke kak, untuk pertanyaan terakhir apakah dari kakak ada saran untuk peningkatan dari sisi fitur gamifikasi atau di luar konteks tersebut?

Yosefira : *So far*, menurut aku aplikasinya sudah cukup bagus. Dari pertama kali buka aplikasinya sudah langsung ditawarkan promo-promo menarik dan juga kita sebagai pelanggan banyak untungnya, jadi oke semuanya.

Pewawancara : Oke baik, terima kasih banyak ya Kak Yosefira.

Yosefira : Iya sama-sama.

Transkrip Wawancara Narasumber 13

Narasumber 13 : Selin (R13)

12 Juni 2025

Pewawancara : Halo kak perkenalkan sebelumnya namaku Ivana. Aku izin untuk wawancara, boleh?

Selin : Boleh.

Pewawancara : Baik kak, sebelumnya aku boleh tanya namanya siapa?

Selin : Aku Selin.

Pewawancara : Oke Kak Selin, aku mau tanya untuk keperluan Tugas Akhir yang meneliti terkait pengaruh implementasi gamifikasi terhadap loyalitas pelanggan dalam Aplikasi SOCO *by* Sociolla. Dari penelitian aku sendiri, ada 7 fitur gamifikasi yang ada dalam Aplikasi SOCO *by* Sociolla itu. Yang pertama ada *rewards*, *badges*, *points*, *progress bar*, *quest*, *giftin*, dan *g social graph*. Kalau dari Kak Selin sendiri merasa dari fitur yang paling sering kakak gunakan apa saja dan alasannya kenapa?

Selin : Kalau menurut aku, fitur yang paling menarik yaitu *points* dan *quest* karena dari menulis *review* dan melengkapi *profile* bisa mendapatkan *points* yang dapat ditukar ke *voucher*.

Pewawancara : Oke, kalau selain itu apakah dari fitur yang lain penting untuk diaplikasikan di dalam Aplikasi SOCO *by* Sociolla dan alasannya kenapa?

Selin : Penting menurutku semua fiturnya terhadap loyalitas pelanggan, karena saling berhubungan.

Pewawancara : Selanjutnya, kalau dari fitur gamifikasi yang sudah ada yang menurut kakak masih kurang yaitu seperti *leaderboard* yang dapat menunjukkan *top 3 user*, *top 5 user*, atau *top 10 user*. Dari *leaderboard* ini dapat memacu rasa kompetitif dari para penggunanya. Jadi, apakah dari kakak merasa itu perlu ditambahkan atau mungkin ada fitur lain yang kakak tahu belum ada di Aplikasi SOCO by Sociolla?

Selin : Menurut aku, fitur *leaderboard* ini tidak terlalu berpengaruh ya. Karena adanya fitur ini malah membuat pelanggannya merasa tertekan dan malas dalam menggunakan aplikasinya.

Pewawancara : Oke kak jadinya mungkin malah dari pengguna akan merasa lelah dengan gamifikasinya karena harus berkompetisi yang mana seharusnya fokusnya di kualitas layanan belanjanya aja. Lalu, dari kakak sendiri apakah ada kendala selama menggunakan aplikasi ini baik dari sisi fitur gamifikasinya atau di luar konteks tersebut?

Selin : Kalau untuk kendala tidak ada ya dalam konteks gamifikasinya, tapi di luar konteks itu mungkin di bagian *loading* di mana buka aplikasinya terlalu lama.

Pewawancara : Baik kak, mungkin dari kakak ada saran untuk memaksimalkan dari segi fitur gamifikasinya atau dari kendala yang kakak sebutkan sebelumnya untuk keseluruhan Aplikasi SOCO by Sociolla?

Selin : Mungkin dari sisi yang gamifikasinya dari yang sudah disebutkan tadi bisa ditingkatkan supaya *loading* aplikasinya tidak lama lagi.

Pewawancara : Baik, terima kasih kak.

Selin : Iya, sama-sama kak.

Transkrip Wawancara Narasumber 14

Narasumber 14 : Mona (R14)

12 Juni 2025

Pewawancara : Halo kak perkenalkan sebelumnya namaku Ivana. Aku izin untuk wawancara, boleh?

Mona : Boleh.

Pewawancara : Baik kak, sebelumnya aku boleh tanya namanya siapa?

Mona : Halo kak, namaku Mona.

Pewawancara : Oke kak, aku mau tanya untuk keperluan Tugas Akhir yang meneliti terkait pengaruh implementasi gamifikasi terhadap loyalitas pelanggan dalam Aplikasi SOCO by Sociolla. Dari penelitian aku sendiri, ada 7 fitur gamifikasi yang ada dalam Aplikasi SOCO by Sociolla itu. Yang pertama ada *rewards, progress bar, badges, quest, social graph, points, dan gifting*. Kalau dari kakak sendiri melihat ada fitur yang paling sering kakak gunakan di dalam Aplikasi SOCO by Sociolla? Lalu, alasannya kenapa?

Mona : Kalau dari saya yang paling sering digunakan itu *badges, quest, dan progress bar*. Karena yang *badges* dan *progress bar*, kita merasa diapresiasi karena semacam level yang menunjukkan seberapa aktif kita sebagai pengguna. Jadi rasanya senang kalau dapat pengakuan dari aplikasi. Lalu, untuk *quest* itu menarik karena seperti main *game* kak, kita dikasih misi, kita bisa mengerjakan, dan ketika selesai ada rasa kepuasan sendiri.

Pewawancara : Kalau dari fitur lainnya apakah kakak merasa penting untuk ada di dalam Aplikasi SOCO by Sociolla?

Mona : Kalau dari fitur yang lainnya juga penting untuk loyalitas pelanggan, walaupun dari yang saya gunakan ketiga fitur tersebut. Tapi yang lainnya itu saling berhubungan juga dan mendukung pengalaman dari pengguna jadi kalau salah satunya dihilangkan bisa membuat sistemnya jadi tidak seimbang. Semua fitur memiliki peranan masing-masing dan saling melengkapi.

Pewawancara : Baik kak, kalau dari kakak fitur yang sudah ada saat ini apakah sudah cukup atau ada yang perlu ditambahkan? Karena dari apa yang aku lihat itu di aplikasi lain ada fitur *leaderboard* yang menunjukkan *top 3 user, top 5 user, atau top 10 user* di

mana dapat memacu rasa kompetitif dari para *user*-nya. Atau dari kakak apakah ada saran lain dari fitur gamifikasi yang belum ada di Aplikasi SOCO by Sociolla?

Mona : Mungkin untuk dari fiturnya belum ada. Namun, untuk *leaderboard* menurut saya sejauh ini sudah cukup baik. Karena kalau ada *leaderboard*, takutnya menjadi tekanan bagi para pengguna. Karena tujuan utama dari aplikasi ini untuk belanja dan mencari produk yang diinginkan, bukan untuk bersaing dengan pengguna aplikasi dan dapat berujung jadi lelah menggunakan aplikasinya.

Pewawancara : Oke kak, apakah kakak selama penggunaan Aplikasi SOCO by Sociolla ini ada pernah mengalami kendala baik dalam fitur gamifikasi atau di luar konteks tersebut?

Mona : Paling kendala kecil seperti misalnya *points* tidak langsung masuk atau dari aplikasinya lemot.

Pewawancara : Baik kak, apakah kakak ada saran terkait kendala yang kakak alami atau dari fitur gamifikasinya sendiri agar lebih optimal di dalam Aplikasi SOCO by Sociolla?

Mona : Paling saran dari saya, sistemnya bisa diperbaiki agar *points*-nya bisa langsung masuk ke dalam aplikasinya. Aplikasinya bisa dibuat jadi lebih ringan, jadi tidak terlalu sering lemot. Namun secara keseluruhan, dari aplikasinya sudah baik dan nyaman.

Pewawancara : Oke baik, terima kasih Kak Mona.

Mona : Iya sama-sama.

Transkrip Wawancara Narasumber 15

Narasumber 15 : Mutiara (R15)

12 Juni 2025

Pewawancara : Halo kak perkenalkan sebelumnya namaku Ivana. Aku izin untuk wawancara, boleh?

Mutiara : Boleh.

Pewawancara : Baik kak, sebelumnya aku boleh tanya namanya siapa?

Mutiara : Aku Mutiara.

Pewawancara : Oke kak, aku mau tanya untuk keperluan Tugas Akhir yang meneliti terkait pengaruh implementasi gamifikasi terhadap loyalitas pelanggan dalam Aplikasi SOCO by Sociolla. Dari penelitian aku sendiri, ada 7 fitur gamifikasi yang ada dalam Aplikasi SOCO by Sociolla itu. Yang pertama ada *rewards, gifting, progress bar, quest, social graph, points*, dan *badges*. Kalau dari kakak sendiri melihat ada fitur yang paling sering kakak gunakan di dalam Aplikasi SOCO by Sociolla? Lalu, alasannya kenapa?

Mutiara : Kalau menurutku yang paling sering aku gunakan itu di *badges* dan *points*. Kalau di *badges* itu langsung kerasa efeknya dan merasa diapresiasi sudah sampai di level tertentu atas banyak belanja. Untuk yang *points*, setiap kita belanja dapat *points* itu menurutku penting banget untuk jadi *voucher* belanja di berikutnya.

Pewawancara : Kalau dari kakak tadi hanya menyebutkan 2 fitur gamifikasi, dari 5 fitur lainnya apakah menurut kakak sendiri penting untuk di Aplikasi SOCO by Sociolla?

Mutiara : Penting sekali.

Pewawancara : Oke kak, kalau begitu alasannya kenapa?

Mutiara : Karena gamifikasi ini pastinya saling berkaitan ya dan juga untuk dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan jadi kalau misalkan kita belanja lagi itu jadi apresiasi lagi buat kita.

Pewawancara : Oke berarti dari 2 yang kakak *notice*, tapi untuk fitur lainnya tetap penting ya kak.

Mutiara : Iya kak.

Pewawancara : Selanjutnya, kalau dari fitur gamifikasi yang sudah ada yang menurut kakak masih kurang yaitu seperti *leaderboard* yang dapat menunjukkan *top 3 user, top 5 user*, atau *top 10 user*. Dari *leaderboard* ini dapat memacu rasa kompetitif antara sesama *user*. Kalau dari kakak, apakah kakak merasa itu perlu ditambahkan atau mungkin ada fitur lain yang kakak tahu belum ada di Aplikasi SOCO by Sociolla?

Mutiara : Kalau menurutku tidak perlu ya, karena sebenarnya belanja itu dipengaruhi dari kualitas *service* dan produknya. Terus, kalau ditambahkan fitur itu dan jadi terlihat

top 5 user-nya siapa dan posisinya kita belum sampai di tahap itu jadinya malas sendiri. Jadinya tidak kepakai atau kurang efektif juga.

Pewawancara : Oke, berarti jadi rasanya kurang nyaman dalam menggunakan aplikasinya ya kak. Lalu, dari kakak pernah mengalami kendala atau tidak selama menggunakan Aplikasi SOCO *by* Sociolla dari fitur gamifikasinya atau di luar konteks itu?

Mutiara : Sejauh ini cukup, pada saat belanja *points*-nya langsung masuk dan tidak perlu *loading* lama.

Pewawancara : Oke kak, lalu apakah dari kakak ada saran untuk mengoptimalkan fitur gamifikasi yang sudah ada sekarang atau di luar konteks itu untuk Aplikasi SOCO *by* Sociolla?

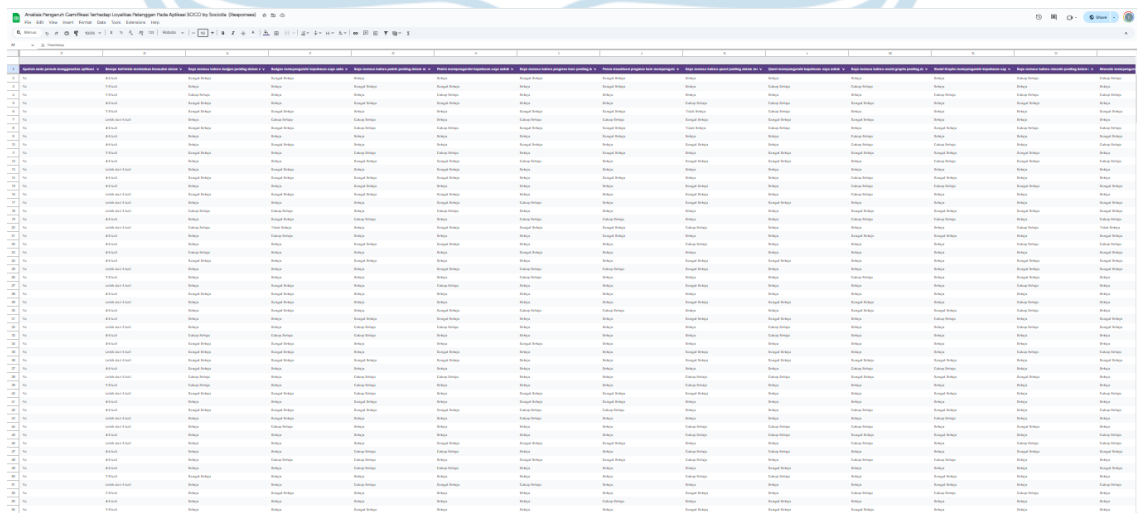
Mutiara : Dari saya tidak ada kak, karena sudah cukup baik.

Pewawancara : Oke kak, terima kasih.

Mutiara : Iya, sama-sama.

Dokumentasi

1. Kuesioner



The screenshot displays a Google Sheet with a title bar that reads "Analisa Pengaruh Gamifikasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Aplikasi SOCO by Sociolla (Empowerment)". The sheet contains a large table with approximately 20 columns and 100 rows of data. The columns are labeled with various categories and sub-categories, and the rows contain numerical data points. The table is organized into several sections, with the first section containing the most data. The data appears to be organized into groups, with each group having a header row and several data rows below it. The data is presented in a clear, structured format, making it easy to read and analyze.

2. Wawancara



