

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Setiawan and D. Kartikawangi, "Pengaruh Gamification Terhadap Brand Engagement dengan E-satisfaction sebagai Variabel Mediator," *Jurnal Komunikatif*, vol. 11, no. 1, pp. 90–103, 2022, doi: 10.33508/jk.v11i1.3866.
- [2] B. Wicaksono, "Pengaruh Gamifikasi Terhadap Minat Mengunjungi Ulang Konsumen Shopee di Kota Bandung," Universitas Katolik Parahyangan, 2019.
- [3] W. Arya Nugraha and T. Gunawan, "YUME : Journal of Management Menjelajahi Peran Gamifikasi Dalam Loyalty Program Di Indonesia," *J Manage*, vol. 7, no. 2, pp. 776–784, 2024.
- [4] A. García-Jurado, M. Torres-Jiménez, A. L. Leal-Rodríguez, and P. Castro-González, "Does gamification engage users in online shopping?," *Electron Commer Res Appl*, vol. 48, 2021, doi: 10.1016/j.elerap.2021.101076.
- [5] Sarhan, "Pengaruh Gamifikasi Terhadap Keterlibatan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan pada E-Commerce Shopee," *Seminar Nasional Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan Dan Riset Ilmu Sosial*, no. 3064–2566, pp. 413–424, 2024.
- [6] W. B. Prasetyo, "Ini E-Commerce Paling Diminati pada Ramadan dan Pandemi," *BeritaSatu*. Accessed: Jul. 07, 2025. [Online]. Available: <https://www.beritasatu.com/news/651771/ini-ecommerce-paling-diminati-pada-ramadan-dan-pandemi>
- [7] A. Indriani and A. Vania, "Pengaruh Gamifikasi Terhadap Repurchase Intention Pada Aplikasi ByU," vol. 7, no. 1, 2025.
- [8] A. Mustaqim, "Rekayasa Gamifikasi Ojol Memaksa Mitra Bekerja Lebih Lama: Giat Bikin Sengsara Level Terendah dan Memecah Solidaritas," *Project Multatuli*. Accessed: Jul. 07, 2025. [Online]. Available: <https://projectmultatuli.org/rekayasa-gamifikasi-ojol-memaksa-mitra-bekerja-lebih-lama-giat-bikin-sengsara-level-terendah-dan-memecah-solidaritas/#:~:text=Sistem gamifikasi juga dituding cenderung,sama juga sistem memecah belah.>
- [9] H. Yang, L. Wang, Z. Hu, and D. Li, "Understanding the failing of social gamification: A perspective of user fatigue," *Electron Commer Res Appl*, vol. 64, no. January, p. 101369, 2024, doi: 10.1016/j.elerap.2024.101369.

- [10] T. Desai, "How Gamification Can Drive Customer Engagement: A Guide," Bilty Blog. Accessed: Jul. 07, 2025. [Online]. Available: <https://bitly.com/blog/how-gamification-drives-customer-engagement/>
- [11] Wearesocial, "Digital 2025: The essential guide to the global state of digital," We Are Social Indonesia. Accessed: Jul. 07, 2025. [Online]. Available: <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025-the-essential-guide-to-the-global-state-of-digital/>
- [12] D. T. Blog, "Data Pengguna E-commerce di Indonesia." Accessed: Jul. 07, 2025. [Online]. Available: https://www.dewataalks.com/blog/data-pengguna-ecommerce-di-indonesia/#Data_Statistik_Perkembangan_E-commerce_di_Indonesia
- [13] C. Yu-Kai, "Actionable Gamification," *J Chem Inf Model*, vol. 15, no. 2, pp. 9–25, 2015.
- [14] R. L. Araújo, T. S. Sena, and P. T. Endo, "Gamification Applied to an Elderly Monitoring System during the COVID-19 Pandemic," *IEEE Latin America Transactions*, vol. 19, no. 6, pp. 1074–1082, 2021, doi: 10.1109/TLA.2021.9451254.
- [15] M. Rizal, A. A. Permana, and D. Gunawan, "Android-based Microsoft Excel Learning Application Design using Gamification Method," *Indonesian Journal of Computer Science*, vol. 12, no. 2, pp. 284–301, 2023, [Online]. Available: <http://ijcs.stmikindonesia.ac.id/ijcs/index.php/ijcs/article/view/3135>
- [16] T. Liu, Y. Zhou, and A. Fute, "Machine Translated by Google Helikopter Penelitian tentang pelatihan guru daring berbasis desain gamifikasi : Analisis survei terhadap guru sekolah dasar dan menengah Machine Translated by Google," vol. 9, 2023.
- [17] E. Rahmawati and U. Dinamika, "Penerapan Gamification Untuk Online Marketing Hasil Panen Komunitas Petani Sayur Dan Buah Organik Di Desa Penanggungan Kabupaten Mojokerto," *Jurnal SPIRIT*, vol. 12, no. 2, pp. 17–24, 2020.
- [18] Putri Adelia Vega, Prasetyo Novian Adi, Kartiko Condro, and Zidane Muhamad Aenun, "Penerapan Gamifikasi pada Penilaian dan Pemeringkatan Transkrip Aktivitas Mahasiswa (TAK) Berbasis Mobile Android (Studi Kasus : Institut Teknologi Telkom Purwokerto)," *Jurnal*, vol. 3, no. 128, 2023.

- [19] M. Raihan, "Perancangan Visual Mini Album 'Kool N Kalm' dari Darmajie Combo," Universitas Sebelas Maret, 2022. doi: <https://classroom.google.com/u/0/c/NTAxNDU2MTA4NTE3/a/NTQ4NzQ2ODQwNDAx/details>.
- [20] R. Fauzi, H. N. Nasution, F. Hastini, A. Zainy, and Y. R. Lumban Tobing, "PERANCANGAN APLIKASI PARIWISATA BERBASIS ANDROID DI KOTA PADANG SIDEMPUAN," *Jurnal Education and Development*, vol. 11, no. 1, pp. 437–442, 2022, doi: 10.37081/ed.v11i1.2687.
- [21] N. Clara and S. Beni, "Online shop sebagai sarana berbelanja masyarakat masa kini," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, vol. 14, no. 1, pp. 15–19, 2023, doi: 10.36982/jiegm.v14i1.2918.
- [22] M. Riadi, "Gamifikasi - Pengertian, Unsur dan Langkah Pembelajaran," KajianPustaka.com. Accessed: Jul. 07, 2025. [Online]. Available: <https://www.kajianpustaka.com/2023/11/gamifikasi.html>
- [23] C. M. Hellyana, N. I. Fadlilah, R. Wijianto, and K. A. Ade Putra, "Game Edukasi 'Perjalanan Si Koko' Sebagai Media Pembelajaran," *Informatics and Computer Engineering Journal*, vol. 3, no. 1, pp. 88–96, 2023, doi: 10.31294/icej.v3i1.1784.
- [24] M. G. Langgawan Putra and W. Maulana, "Perancangan dan Evaluasi UI/UX Aplikasi E-Learning Berbasis Gamification Menggunakan Metode Cognitive Walktrough," *SPECTA Journal of Technology*, vol. 4, no. 3, pp. 36–48, 2020, doi: 10.35718/specta.v4i3.257.
- [25] A. R. Herawan, R. I. Rokhmawati, and M. A. Akbar, "Analisis dan Perancangan Ulang Desain UI & UX pada Aplikasi iPusnas dengan Penerapan Elemen Gamifikasi," *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, vol. 7, no. 6, pp. 2767–2776, 2023, [Online]. Available: <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- [26] A. Putri, "PENERAPAN GAMIFIKASI PADA SISTEM INFORMASI PERPUSTAKAAN DIGITAL: STUDI KASUS PERPUSTAKAAN STIKI MALANG," Sekolah Tinggi Informatika & Komputer Indonesia, 2024. doi: <http://repository.stiki.ac.id/id/eprint/2296>.
- [27] Z. H. & S. Silfiana, "Pengaruh Disiplin Kerja, Masa Kerja Dan Reward Terhadap Kinerja Pegawai Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Kota Pekanbaru," *Jurnal Economina*, vol. 3 No. 2 Ta, no. 10, pp. 580–599, 2024.

- [28] F. B. P. Perkasa and A. W. R. Emanuel, "Gamifikasi sebagai Metode untuk Mendapatkan Customer Loyalty: Review Literatur," *Aiti*, vol. 17, no. 1, pp. 11–21, 2020, doi: 10.24246/aiti.v17i1.11-21.
- [29] Cornelius Excel Simamora, "ANALISIS VALUE DARI REWARD PADA E-LEARNING GAMIFIKASI SISTEM INFORMASI UAJY," UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA, 2022. doi: <https://repository.uajy.ac.id/id/eprint/27190>.
- [30] A. C. Kartika, "PERANCANGAN TAMPILAN ANTARMUKA FITUR GAMIFIKASI PADA APLIKASI MOBILE CAMPAIGN #FORCHANGE," *Jurnal Barik*, vol. 6, no. 3, pp. 15–28, 2024, doi: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/> e-ISSN : 2747-1195.
- [31] A. Darmawan, "PENERAPAN KONSEP GAMIFICATION PADA APLIKASI PEMBELAJARAN ILMU AGAMA BERBASIS ANDROID," UNIVERSITAS DINAMIKA, 2020.
- [32] A. Meilina and M. Pd. Farida Istianah, S.Pd., "Penerapan Gamifikasi Pada Materi Sistem Pencernaan Untuk Meningkatkan Aktivitas Dan Hasil Belajar Ipa Di Sd," vol. 12, pp. 851–861, 2024.
- [33] P. Gautama, "Implementasi Teknik Gamifikasi Terhadap Aplikasi Pembelajaran Bahasa Inggris Berbasis Android," Universitas Multimedia Nusantara, 2020. doi: <https://kc.umn.ac.id/id/eprint/13451/>.
- [34] K. A. Nurrizki, M. R. Ramadhan, and D. Romiati, "Implementasi Gamifikasi Pada Perancangan Aplikasi Mobile Diabetes Menggunakan Metode Framework Of Game Element," *Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (SNPPKM) Purwokerto, Indonesia*, 2023.
- [35] R. F. Nugraha, "Perancangan Gamifikasi Menggunakan Model Marczewski's Framework Untuk Kegiatan Karya Ilmiah Di Smkn1 Palasah," Universitas Komputer Indonesia, 2020. doi: <http://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/4133>.
- [36] 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*, vol. 11. Philadelphia PA, 2020. [Online]. Available: http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbe.co.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

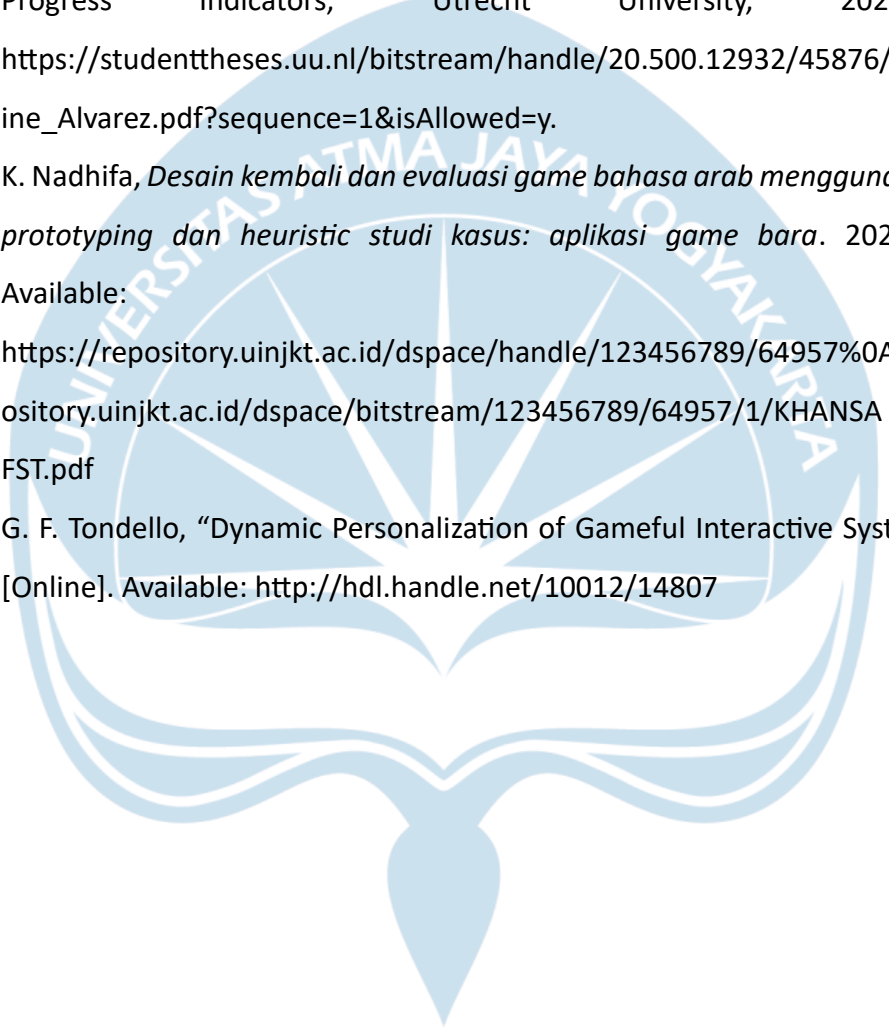
- [37] G. F. Tondello and L. E. Nacke, "Validation of User Preferences and Effects of Personalized Gamification on Task Performance," vol. 2, no. August, 2020, doi: 10.3389/fcomp.2020.00029.
- [38] Rachmawan, "Perancangan Gamifikasi Sebagai Media Promosi Digital pada Aplikasi E-Commerce Produk UMKM 'Belanjain,'" Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2023. doi: <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/28395/15917213%20Ivan%20Rachmawan.pdf?sequence=1>.
- [39] T. Kobzar, "Popular Gamification Frameworks," Diversido. Accessed: Jul. 15, 2025. [Online]. Available: <https://www.diversido.io/blog/popular-gamification-frameworks#:~:text=proyek Anda berikutnya.-,1.,Memahami Apa yang Mendorong Kita&text=Ikhtisar: Kerangka Kerja Octalysis yang,sesuatu yang berharga bagi kita.>
- [40] A. Mora, D. Riera, C. González, and J. Arnedo-Moreno, "Gamification: a systematic review of design frameworks," *J Comput High Educ*, vol. 29, no. 3, pp. 516–548, 2017, doi: 10.1007/s12528-017-9150-4.
- [41] M. B. Yudhistira, "Rancang Bangun Aplikasi Bushcraft Menggunakan Konsep Gamifikasi Berbasis Android Di Wanadri," Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM), 2020. doi: <http://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/2909>.
- [42] A. Sen, "INVESTIGATING A MOTIVATION MODEL FOR GAMIFIED E- LEARNING : A MIXED METHODS APPROACH," University of Plymouth, 2024. doi: <https://pearl.plymouth.ac.uk/pbs-theses/272>.
- [43] Galihwono, "FRAMEWORK DESAIN GAMIFIKASI," Buahpeer.com. Accessed: Jul. 07, 2025. [Online]. Available: <https://www.buahpeer.com/2017/10/framework-desain-gamifikasi.html>
- [44] M. Zreda, "Gamification Components and Design Principles," Mambo.io. Accessed: Jul. 07, 2025. [Online]. Available: <https://mambo.io/gamification-guide/gamification-components-and-design-principles#Fun>
- [45] D. Kurnia Wirawan and E. Maria, "Penerapan Metode Heuristic Evaluation Untuk Evaluasi User Interface Aplikasi Lazada," *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi (JUKANTI)*, vol. 7, no. 1, pp. 96–107, 2024, doi: 10.37792/jukanti.v7i1.1236.

- [46] M. Rajanen and D. Rajanen, "Heuristic evaluation in game and gamification development," *CEUR Workshop Proc*, vol. 2186, pp. 159–168, 2018.
- [47] G. F. Tondello, D. L. Kappen, E. D. Mekler, M. Ganaba, and L. E. Nacke, "Heuristic evaluation for gameful design," *CHI PLAY 2016 - Proceedings of the Annual Symposium on Computer-Human Interaction in Play Companion*, no. October 2016, pp. 315–323, 2016, doi: 10.1145/2968120.2987729.
- [48] Monoarfa, "Pengembangan Media Pembelajaran Canva dalam Meningkatkan Kompetensi Guru," *Seminar Nasional Hasil Pengabdian*, pp. 1–7, 2021.
- [49] M. Suparman *et al.*, "Mengenal Aplikasi Figma Untuk Membuat Content Menjadi Lebih Interaktif di Era Society 5.0," *Abdi Jurnal Publikasi*, vol. 1, no. 6, pp. 552–555, 2023, [Online]. Available: [https://jurnal.portalpublikasi.id/index.php/AJP/article/download/283/191#:~:text=Figma adalah salah satu tools,pelaksanaan PKM berbagai desain lainnya](https://jurnal.portalpublikasi.id/index.php/AJP/article/download/283/191#:~:text=Figma%20adalah%20salah%20satu%20tools,pelaksanaan%20PKM%20berbagai%20desain%20lainnya)
- [50] J. A. N. R. W. H. Thomas Albert, "PerancanganUlangUI/UX Websitesebuah Perusahaan Farmasi," *Rupaka*, vol. 4, pp. 1–8, 2021, [Online]. Available: <https://journal.untar.ac.id/index.php/Rupaka>
- [51] J. W. A. Lim, D. Deli, and D. A. Adnas, "Analisis Aplikasi E-Commerce pada Generasi Z dengan Pendekatan System Usability Scale," *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, vol. 5, no. 2, pp. 645–655, 2025, doi: 10.57152/malcom.v5i2.1851.
- [52] V. Vallencia, R. Fahlevi, and F. A. Sinambela, "Gamifikasi Pada Aplikasi E-Commerce Terhadap Minat Beli Konsumen," *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, vol. 8, no. 1, pp. 32–40, 2025, doi: 10.32500/jematech.v8i1.8801.
- [53] W. O. Halim and M. S. Purwanegara, "The Effect of Gamification toward Customer Engagement in Shopee E-Commerce," *International Journal of Current Science Research and Review*, vol. 07, no. 08, pp. 6286–6296, 2024, doi: 10.47191/ijcsrr/v7-i8-42.
- [54] R. W. P. K. Aprilia and S. Purwanto, "Pengaruh E-Servicescape dan Gamifikasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Tokopedia (Studi Pada Pelanggan Tokopedia di Kota Surabaya)," *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, vol. 7, no. 1, pp. 1632–1640, 2023, doi: 10.31539/costing.v7i1.7308.

- [55] A. P. RAMADHANTI, "PENGARUH GAMIFICATION TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KETERLIBATAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA APLIKASI TOKOPEDIA," Universitas Muhammadiyah Metro, 2024. doi: <http://eprints.ummetro.ac.id/id/eprint/3249>.
- [56] A. M. Eldhia and I. Iriyanti, "Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Gamification dan Enjoyment Dalam ShopeeGames terhadap Online Purchase Intention pada Aplikasi Shopee," *Jurnal Manajemen dan Usahawan Indonesia*, vol. 45, no. 2, pp. 111–127, 2022, doi: [10.7454/jmui.v45i2.1033](https://doi.org/10.7454/jmui.v45i2.1033).
- [57] M. Putri and M. Mayasari, "Pengaruh Gamifikasi Terhadap Niat Membeli Kembali Pada E-Commerce Shopee," *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI dan MANAJEMEN BISNIS*, vol. 10, no. 2, pp. 90–99, 2022, doi: [10.30871/jaemb.v10i2.4686](https://doi.org/10.30871/jaemb.v10i2.4686).
- [58] SAZKIA PUTRI SALSABILA, "PENGARUH GAMIFIKASI TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DAN CUSTOMER ENGAGEMENT PADA APLIKASI SHOPEE DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM," UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG, 2025. doi: <https://repository.radenintan.ac.id/37828/1/PERPUS%20PUSAT%20BAB%201%20DAN%205.pdf>.
- [59] A. F. R. DEWI, "PENGARUH GAMIFIKASI PADA PROGRAM LOYALITAS TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA MARKETPLACE DENGAN MENGGUNAKAN EXPECTATION-CONFIRMATION MODEL (ECM)," UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH, 2019. [Online]. Available: <https://doi.org/10.1186/s12889-021-12260-z%250Ahttps://doi.org/10.1186/s12889-022-13062-7%250Ahttps://doi.org/10.1016/j.cegh.2021.100907%250Ahttp://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jnursing%250Ahttps://ejurnal.poltekkes-tjk.ac.id/index.php/JKEP/article/view/355%25>
- [60] Muhammad Nur Afiat, Syamsu Rijal, Rifani Akbar Sulbahri, and F. Fachrurazi, "Gamification's Influence on Tokopedia E-Commerce Repurchase Intentions," *GEMILANG: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, vol. 3, no. 2, pp. 61–76, 2023, doi: [10.56910/gemilang.v3i2.423](https://doi.org/10.56910/gemilang.v3i2.423).
- [61] M. Y. S. Alam, "THE IMPACT OF CUSTOMER EXPERIENCE INFLUENCED BY THE IMPLEMENTATION OF GAMIFICATION STRATEGY IN TOKOPEDIA FINAL PROJECT By : Undergraduate Program School of Business and Management Institut

Teknologi Bandung THE IMPACT OF CUSTOMER EXPERIENCE INFLUENCED BY ,” 2023.

- [62] T. Mominzada, M. Z. A. Rozan, and N. A. Aziz, “Consequences Of User Experience in A Gamified E-Commerce Platform,” *International Journal of Electronic Commerce Studies*, vol. 13, no. 1, pp. 113–136, 2022, doi: 10.7903/ijecs.2004.
- [63] Sarhan, “Pengaruh Gamifikasi Terhadap Keterlibatan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan pada E-Commerce Shopee,” *Seminar Nasional Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan Dan Riset Ilmu Sosial*, no. 3064–2566, pp. 413–424, 2024.
- [64] D. S. Bulu and E. C. Natalia, “The Effect of Gamification in Shopee Games on User’s Brand Loyalty,” *Mediator: Jurnal Komunikasi*, vol. 17, no. 2, pp. 257–269, 2024, doi: 10.29313/mediator.v17i2.3039.
- [65] A. R. N. Asy’ari and M. Sukresna, “Pengaruh Prinsip Gamification Terhadap Loyalitas Merek dengan Keterlibatan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Lazada di Kota Semarang),” *Diponegoro Journal of Management*, vol. 12, no. 1, pp. 1–15, 2023.
- [66] T. Mominzada, N. A. Aziz, and Ts. M. Z. A. Rozan, “Identifying Game Elements and Their Effects on User Experience within the Lazada E-commerce Platform,” *International Journal of Recent Research in Commerce Economics and Management (IJRRCEM)*, vol. 11, no. 2, pp. 12–23, 2024, doi: 10.5281/zenodo.11101640.
- [67] Ivan Kurniawan, “Kemajuan E-commerce di Indonesia: Data Statistik dan Platform Populer,” DewataTalks Blog. Accessed: Jul. 07, 2025. [Online]. Available: https://www.dewataTalks.com/blog/data-pengguna-ecommerce-di-indonesia/#Data_Statistik_Perkembangan_E-commerce_di_Indonesia
- [68] L. C. D. Cahyani, I. R. Amir, and A. Z. K, “Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Minat Beli Merchandise Kpop (Studi Pada Penggemar Kpop Di Kota Gorontalo) Cynthia Dwi Cahyani Lolonto 1 , Ramlan Amir Isa 2 , Zulfia K Abdussamad 3 Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo,” vol. 10, no. 1, pp. 216–223, 2024.
- [69] A. Rusli, “Ekstraksi Kebutuhan Aplikasi Berdasarkan Feedback Pengguna Menggunakan Naïve Bayes dan Gamifikasi,” *Ultimatics: Jurnal Teknik Informatika*, vol. 10, no. 1, pp. 34–40, 2018, doi: 10.31937/ti.v10i1.778.

- 
- [70] S. Ghaleb Magatef Elham Fakhri Tomalieh, "The Impact of Customer Loyalty Programs on Customer Retention," *International Journal of Business and Social Science*, vol. 6, no. 81, pp. 78–93, 2015.
- [71] H. Lukosch, *Digital Games and Gamification in Learning*, no. December. 2020. doi: 10.1007/978-981-13-2262-4_134-1.
- [72] P. S. L. Alvarez, "Social Comparison in Educational Interfaces: Leaderboards and Progress Indicators," Utrecht University, 2024. doi: https://studenttheses.uu.nl/bitstream/handle/20.500.12932/45876/Thesis_Pauline_Alvarez.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- [73] K. Nadhifa, *Desain kembali dan evaluasi game bahasa arab menggunakan metode prototyping dan heuristic studi kasus: aplikasi game bara*. 2022. [Online]. Available: https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/64957%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/64957/1/KHANSA_NADHIFA-FST.pdf
- [74] G. F. Tondello, "Dynamic Personalization of Gameful Interactive Systems," 2019, [Online]. Available: <http://hdl.handle.net/10012/14807>

DAFTAR REVISI

xxx



Lampiran

Link Figma Prototype:

<https://www.figma.com/proto/PdAP38CnMecvLYV7Xv8UaR/TOKO-ONLINE-MERCHANDISE-KPOP?node-id=1112-202&starting-point-node-id=1112%3A202&t=rlgOQpTNctriLNXV-1>

Hasil transkrip wawancara

Transkrip Wawancara 1

Nama: Findia

Usia: 22 Tahun

Fandom: NCTZen dari NCT

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Jika Anda tertarik dengan <i>merchandise</i> K-Pop grup favorit Anda, Apa kendala Anda jika ingin membeli <i>merchandise</i> K-Pop yang <i>original</i> di Indonesia?	Kalau kendala pertama itu kan biasanya merchandise itu kan dari Korea ya rata-rata, dan itu biasanya harganya mahal. Karena kayak ongkir dari Korea ke Indo itu kan pasti mahal, soalnya jaraknya jauh. Terus biasanya itu kalau kita mau beli gitu tuh harus PO gitu loh karena Indonesia nggak ada stoknya dan sedangkan seller Indonesia itu kan juga ngambil barangnya dari Korea kayak gitu Dan ada beberapa kasus yang saya jumpai. Kalau misalnya kita beli

No.	Pertanyaan	Jawaban
		merchandise kayak gitu tuh jadinya kena scam gitu loh karena kayak kita nggak tahu mana yang benar-benar percaya sampai yang nggak gitu.
2.	Bagaimana menurut Anda agar dapat mengatasi permasalahan tersebut?	Kalau bisa itu kayak ada aplikasi khusus gitu yang dikhususkan untuk penggemar KPop untuk beli merchandise yang dari Korea gitu atau enggak. mungkin kalau aku kan NCTZen ya itu tuh ada toko khusus merchandise artis-artisnya SM di Indonesia. tapi itu tuh baru di Jakarta aja. jadi kan kalau yang nggak di Jakarta itu nggak bisa beli gitu loh. Soalnya belum ada fitur secara onlinenya gitu. jadi kalau misalnya kita beli ya harus ke Jakartanya langsung. sedangkan kan fans KPop itu nggak cuma dari Jakarta aja gitu loh. Ada beberapa daerah perusahaan kalau mau beli jadi agak susah.
3.	Apa Anda sebelumnya pernah menggunakan gamifikasi di aplikasi <i>mobile</i> khususnya <i>e-commerce</i> ?? Aplikasi apa yang sering Anda gunakan??	kalau untuk aplikasi itu kan ada beberapa, tapi kalau yang sering saya pakai itu di aplikasi Shopee sama Lazada.
4.	Apakah Anda merasa tertarik untuk membeli atau mengoleksi <i>merchandise</i> K-Pop melalui aplikasi? Mengapa?	Oh kalau tertariknya tertarik sih kalau bisa online kan lebih gampang gitu loh kita carinya. dan juga kalau misal aplikasinya itu ada gamifikasinya juga kan kayak biasanya itu kita bisa dapat poin atau tidak reward sehingga itu

No.	Pertanyaan	Jawaban
		harganya yang biasanya mahal itu bisa dapat potongan supaya jadi lebih murah.
5.	Pengalaman apa yang Anda rasakan ketika menggunakan aplikasi tanpa adanya gamifikasi? contohnya seperti pada aplikasi A yang hanya menyediakan transaksi jual beli tanpa adanya gamifikasi yang seperti Anda ketahui	Kalau itu biasanya kayak monoton, biasanya kan kalau aplikasi e-commerce itu kan cuma buat belanja aja dan sedangkan kan kita nggak mungkin belanja setiap hari gitu lo, kita cuma buat lihat-lihat aja. tapi kalau lihat-lihat aja kan bosan ya jadinya. Terus kalau misalnya ada gamifikasinya kan kita bisa scroll-scroll atau lihat atau main game terus kita bisa dapat poin gitu. walaupun kita nggak belanja, kita bisa dapat keuntungan lah dari buka aplikasinya.
6.	Jika terdapat fitur gamifikasi dalam aplikasi penjualan <i>merchandise</i> K-Pop apa yang akan Anda nantikan? (contohnya: <i>reward</i> potongan harga, <i>point</i> , mendapatkan <i>merchandise</i> eksklusif)	Kalau pengalaman saya itu, saya lebih suka kayak dapat poin gitu kan terus kayak jatuhnya poin gitu loh buat potongan harganya atau nggak biasanya reward, jadi kita bisa dapat hadiah langsung. kalau misalnya kita main game itu dan langsung bisa ditukarkan dalam hari itu juga jadi bisa lebih bermanfaat.
7.	Jika Anda ingin lebih semangat berbelanja atau mengoleksi <i>merchandise</i> , apakah kamu akan tertarik menggunakan aplikasi yang dilengkapi sistem gamifikasi di masa depan? Mengapa?	Tentunya tertarik sih, soalnya kan manfaat gamifikasi itu kayak banyak gitu loh. jadi kita bisa belanja nih apa beli barang-barang yang kita mau gitu, merchandise yang kita mau terus kita bisa dapat potongan dari situ juga harganya kan bisa lebih murah dan kalau di aplikasi itu bisa lebih terpercaya gitu loh. jadi kita nggak bakalan kena scam juga kayak gitu.

No.	Pertanyaan	Jawaban
8.	Hal apa yang bisa mendorong Anda untuk aktif mengunjungi aplikasi tersebut secara rutin, walaupun tidak selalu untuk belanja?	Ya seperti yang saya bilang tadi kan kita kan nggak mungkin buka e-commerce cuma buat belanja aja. Jadi kayak ada kalanya itu kayak kita cuma kepo-kepo gitu kan, Nah kalau misal ada gamifikasinya itu, kita bisa ngumpulin poin dulu dan misal nanti kita udah tertarik buat belanja kan kita bisa nukerin poin tersebut. Jadi kayak kita bisa main game terus kalau misal ada produk yang kita tertarik gitu, kita bisa beli juga dari yang kita dapat seperti itu.
9.	Jika suatu aplikasi memberi <i>points</i> atas aktivitas tertentu, aktivitas apa yang menurut Anda pantas diberi <i>point</i> atau <i>reward</i> ? (Contoh: membuka aplikasi tiap hari dan beli produk, menjelajahi halaman)	Kalau itu biasanya mungkin kuis atau enggak dapat poin itu sih dari main game
10.	Anda termasuk penggemar <i>casual listener</i> atau seorang penggemar yang ikut dalam komunitas fandom tertentu?	Kalau sekarang lebih ke casual listener, ya maksudnya belum yang terlalu ikut komunitas ya gimana-gimana gitu.
11.	Anda telah mengikuti K-Pop dari tahun berapa?	Sekitar tahun 2020-2021 mungkin
12.	Apa Anda termasuk penggemar yang akan membeli <i>merchandise</i> yang berkaitan dengan <i>idol</i> favorit Anda?	Iya, Soalnya saya sudah beberapa kali beli photocard juga terus album sama kayak merchandise-merchandise lain yang berhubungan sama idol saya gitu

No.	Pertanyaan	Jawaban
13.	Apakah Anda suka melakukan misi atau tantangan harian mingguan, jika ada hadiah atau <i>reward</i> ?	Kalau semisal ada hadiah atau rewardnya suka lah. soalnya kan itu jadi apa ya ibaratnya kita menabung gitu loh. jadi nanti bisa dipakai buat di masa depan gitu dan juga itu kan bisa buat apa ya, biar kita nggak bosen juga bisa buat hiburan kayak gitu
14.	Jika terdapat tantangan setiap hari dan mendapatkan hadiah eksklusif, apakah Anda akan terus mengikutinya?	pastilah siapa sih yang nggak mau dapet hadiah eksklusif gitu. Apalagi itu kita dapetinnya kayak yang nggak terlalu susah gitu loh. cuman dari kita menggunakan fitur-fitur gamifikasi di aplikasi bisa dapet hadiah
15.	Jika Anda sering berbelanja dan akan naik level <i>member</i> dengan tawaran hadiah atau <i>reward</i> , apakah Anda akan terus mengikutinya?	kalau misal berbelanja dan budgetnya masih sesuai sama saya gitu yang nggak terlalu membebankan dan itu bisa naik level dan saya mendapatkan reward fine-fine aja sih kalau menurut saya asalkan yang tidak terlalu memberatkan gitu.
16.	Sekarang saya ingin fokus pada pengalaman yang Anda dapatkan saat menggunakan fitur-fitur tersebut. Bagaimana Anda mendeskripsikan pengalaman Anda ketika menggunakan fitur gamifikasi dalam konteks belanja <i>merchandise</i> ?	pengalaman saya ya senang sih. terlepas dari kita dapat reward atau poin tersebut, kita juga bisa mengeluarkan rasa bosan gitu loh. Jadi ibaratnya kita bisa main game, tapi kita juga bisa dapat keuntungan kayak gitu.
17.	Mengapa Anda mendeskripsikan seperti itu?	Soalnya kan saya udah pernah pakai beberapa aplikasi e-commerce yang ada game aplikasinya gitu, Dan itu cukup membantu sih buat kita yang suka

No.	Pertanyaan	Jawaban
		belanja. apalagi kan zaman sekarang rata-rata itu online ya belanjanya. Jadi itu sangat membantu.
18.	Apakah Anda akan tertarik mencoba kuis K-Pop setiap hari seputar K-Pop 1x sehari, jika benar ketika menjawab akan mendapatkan misteri <i>box</i> yang dapat berupa points atau <i>reward</i> ?	Oh kalau itu tertarik sih, Kalau misalnya kuisnya seputar K-pop kan itu udah ibaratnya kita bisa hafal gitu loh. Tanpa susah-susah gitu, kalau berhubungan dengan K-pop pasti mau sih
19.	Seperti apa bentuk “penghargaan” atau “ <i>reward</i> ” yang terasa seru bagi Anda? (misal: <i>voucher</i> potongan harga, gratis ongkir, dsb)	Kalau itu biasanya mungkin bisa dapat voucher buat potongan harga gitu. Soalnya kan rata-rata itu merchandise K-pop kan tadi harganya rata-rata mahal ya, Karena kita harus import barangnya langsung dari Korea. Jadi kalau misalnya ada potongan harganya, kalau misalnya ada potongan harganya, kalau misalnya ada potongan harganya, kalau misalnya ada potongan harganya bisa meringankan kita. jadi kita bisa tetap support idolnya kita, tapi kita juga gak terlalu mengeluarkan budget yang banyak.
20.	Jika <i>reward</i> tersebut dicapai dengan mengikuti setiap hari quiz tersebut, apakah Anda akan mengikutinya?	Jika kuis dapat dilakukan kapan saja dan tidak ada batasan waktu, saya akan mengikutinya.

No.	Pertanyaan	Jawaban
21.	Dalam pengalaman Anda saat menggunakan aplikasi belanja yang memiliki elemen gamifikasi (misalnya: misi, <i>point</i>, <i>badge</i>, level) a. Bagaimana fitur tersebut membuat Anda merasa punya kebebasan dalam pilihan dan tertantang (misalnya dari misi & tantangan)?	Kalau itu kan kalau misalnya di gamifikasi itu kayak gak ada paksaan, jadi kita bisa menggunakan itu sesuai kemampuan kita dan kemauan kita. jadi kalau misalnya kita lagi gak pengen, ya kita gak bakalan ngerjain atau misalnya kita sibuk, kita gak ngerjain itu gak apa-apa, jadi sesuai dengan waktunya kita aja
	b. Bagaimana fitur tersebut membuat Anda merasa lebih terhubung dengan pengguna lain atau komunitas <i>fans</i>?	biasanya kan kalo fandom itu kan Kalau misalnya ada sesuatu yang menarik tentang idol kita itu bakal di-share gitu kan, jadi kalau semisal ada sesuatu yang menguntungkan, pasti kita bakal cari tahu. eh bakal memberi tahu gitu ke teman kita. Jadi kalau misalnya kita belanja terus kita dapat potongan harga, kita ngasih tahu nih ke teman kita. jadi kayak teman-teman kita itu bakalan mengikuti apa yang kita lakukan. kalau semisal memang itu menguntungkan.
22.	Dari elemen berikut, mana yang paling menarik bagi Anda? (<i>Point</i>, <i>reward</i>, <i>Level member</i>, <i>leaderboard</i>, misi & tantangan)?	kalau aku lebih suka di poin sama reward sih, soalnya kan itu benar-benar nyata gitu loh dan bisa dipakai itu di detik itu juga

No.	Pertanyaan	Jawaban
23.	Tantangan atau kekurangan apa yang Anda rasakan saat menggunakan aplikasi dengan fitur-fitur gamifikasi seperti ini?	kalau itu biasanya kan biasanya itu kalau gamifikasi itu rata-rata kita harus aktif setiap hari. kalau enggak mungkin kita bisa ngulang dari awal, sedangkan kita itu enggak punya waktu, enggak mesti setiap hari punya waktu luang buat main gamifikasi gitu. jadi itu sih biasanya kelemahannya karena kita enggak punya banyak waktu. Jadi kalau misalnya kita lupa main atau kita enggak main, levelnya jadi turun
24.	Dari semua yang Anda ketahui dari aplikasi yang ada di Indonesia yang menggunakan gamifikasi, fitur mana yang paling rekomendasi dan yang paling Anda sukai yang harus ada pada aplikasi ini?	kalau yang paling saya suka itu ini fitur itu tadi sih buat point sama reward, Jadi kita bisa main game terus kita bisa dapat reward sama point itu untuk apanya untuk kemudahan kita lah buat cari merchandise kpop
25.	Apakah elemen-elemen ini memotivasi Anda untuk lebih sering menggunakan aplikasi? Mengapa dan Bagaimana hal tersebut memotivasi Anda?	Ya, karena kan itu banyak fiturnya ya dan ada keuntungannya. Jadi karena kita merasakan keuntungan, jadi kita bakal tertantang itu loh untuk mengumpulkan point lebih banyak sehingga keuntungan yang kita dapat juga bakal lebih banyak.
26.	Apa saranmu agar fitur gamifikasi di aplikasi toko <i>merchandise</i> K-Pop bisa lebih menyenangkan dan bikin Anda semangat? Dalam bentuk apa?	Kalau aku lebih selain reward sama point itu game quiz itu tadi yang berhubungan dengan Kpop kan Jadi kan kita udah gak asing lagi gitu ibaratnya idol Kpop sama idolnya kita. Jadi itu bisa banget sih ditambahkan Jadi ada

No.	Pertanyaan	Jawaban
		point plusnya gitu loh. Banyak faktor yang mempengaruhi biar kita tertarik buat gamifikasi

Transkrip Wawancara 2

Nama: Anas

Usia: 21 Tahun

Fandom: NCTZen dari NCT dan Carat dari Seventeen

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Jika Anda tertarik dengan <i>merchandise</i> K-Pop grup favorit Anda, Apa kendala Anda jika ingin membeli <i>merchandise</i> K-Pop yang <i>original</i> di Indonesia?	Kalau kendala sih, kan kita tahu kalau <i>merchandise</i> itu kan udah mahal dari sananya. Terus kalau misal mau beli di Indonesia pasti tambah mahal Karena jastip itu kan biasanya nambahin harga ongkiran lain sebagainya. Jadi kadang juga susah cari official karena nggak langsung dari tempatnya juga kan Dan harus menunggu lama. Kalau misal perlu PO Itu sih
2.	Bagaimana menurut Anda agar dapat mengatasi permasalahan tersebut?	Kalau mengatasi masalah itu mungkin bagus sekali, Eh bagus sekali ya. kalau misal diadakan atau dibuatkan suatu aplikasi khusus untuk menjual <i>merchandise</i> . bisa juga kalau misal aplikasinya itu punya kerjasama sama

No.	Pertanyaan	Jawaban
		agensi yang lebih terpercaya. Jadi pembeli juga lebih percaya untuk membeli gitu juga kolo misal ada aplikasi bisa ditambahin fitur yang menarik biar para pembeli itu bisa tetap setia memakai APK itu.
3.	Apa Anda sebelumnya pernah menggunakan gamifikasi di aplikasi <i>mobile</i> khususnya <i>e-commerce</i> ?? Aplikasi apa yang sering Anda gunakan??	Iya biasanya pakai Shopee, Tokopedia, Lazada gitu.
4.	Apakah Anda merasa tertarik untuk membeli atau mengoleksi <i>merchandise</i> K-Pop melalui aplikasi? Mengapa?	tentu aja. karena kalau misal beli dari aplikasi itu pasti lebih gampang. enggak perlu takut barangnya asli atau enggak juga ga perlu takut juga kalau misal barangnya tuh harus nunggu lama banget buat PO terus kalau misal ada aplikasi khususnya kan biasanya ada macam-macam diskon gitu ya. apalagi kalau pengguna baru biasanya ada diskonnya juga
5.	Pengalaman apa yang Anda rasakan ketika menggunakan aplikasi tanpa adanya gamifikasi? contohnya seperti pada aplikasi A yang hanya menyediakan transaksi jual beli tanpa adanya gamifikasi yang seperti Anda ketahui	kalau semisal eee enggak ada gamifikasinya, pastinya aplikasinya bosan terus kan gamifikasi itu terkadang dibuat bertujuan agar si pembeli atau pengguna itu kan terus-terusan membuka apk kan jadi kalau enggak ada aplikasi, eh enggak ada gamifikasinya, ya enggak ada alasan untuk terus-terusan membuka aplikasi tersebut gitu

No.	Pertanyaan	Jawaban
6.	Jika terdapat fitur gamifikasi dalam aplikasi penjualan <i>merchandise</i> K-Pop apa yang akan Anda nantikan? (contohnya: <i>reward</i> potongan harga, <i>point</i> , mendapatkan <i>merchandise</i> eksklusif)	kalo ada gamifikasi tentunya misalnya contohnya di Shopee itu kan ada kayak check-in setiap hari untuk membuat eh untuk mendapatkan poin ada pecah telur. Nah itu sih yang dinantikan kayak Gamifikasi seperti apa yang membuat kita bisa mendapatkan keuntungan untuk terus menggunakannya, bisa mendapatkan point, mendapatkan reward, potongan harga, atau mendapatkan merchandise eksklusif
7.	Jika Anda ingin lebih semangat berbelanja atau mengoleksi <i>merchandise</i> , apakah kamu akan tertarik menggunakan aplikasi yang dilengkapi sistem gamifikasi di masa depan? Mengapa?	tentu saja pasti akan tertarik. apalagi kalau itu aplikasi yang berhubungan dengan dunia per-kpopan ya. karena merchandise merchandise kpop itu cukup menarik terkadang tapi emang karena mahal banget. Jadi misalnya ada gamifikasinya dan kita dapat point atau potongan harga pasti akan sangat menarik.
8.	Hal apa yang bisa mendorong Anda untuk aktif mengunjungi aplikasi tersebut secara rutin, walaupun tidak selalu untuk belanja?	tentu saja mungkin kayak yang tadi dibilang kayak adanya game atau gamifikasi. terus kita bisa menjelajah produk tertentu saja, bantu atau mengulas produk terus mendapatkan poin gitu
9.	Jika suatu aplikasi memberi <i>points</i> atas aktivitas tertentu, aktivitas apa yang menurut Anda pantas diberi <i>point</i> atau <i>reward</i> ? (Contoh: membuka	yang pantas untuk diberi poin, yang pertama itu si pengguna membuka aplikasi tiap hari tapi enggak membuka, tapi juga kayak menelusuri produk-produk berapa menit gitu, minimal berapa menit, terus juga mengulas produk

No.	Pertanyaan	Jawaban
	aplikasi tiap hari dan beli produk, menjelajahi halaman)	tertentu atau ikut memainkan kuis atau gamifikasi yang ada dalam aplikasi tersebut.
10.	Anda termasuk penggemar <i>casual listener</i> atau seorang penggemar yang ikut dalam komunitas fandom tertentu?	kalau aku mungkin lebih ke udah ikut komunitas fandom tertentu, itu sih khususnya ya fandom si nctzen sama carat.
11.	Anda telah mengikuti K-Pop dari tahun berapa?	dari tahun yang awal-awal banget tuh tahun 2019
12.	Apa Anda termasuk penggemar yang akan membeli <i>merchandise</i> yang berkaitan dengan <i>idol</i> favorit Anda?	Tentu iya kalau merchandise-nya engga overpriced.
13.	Apakah Anda suka melakukan misi atau tantangan harian mingguan, jika ada hadiah atau <i>reward</i> ?	Suka, apalagi kalau misalnya ada reward-nya dan juga gamifikasinya itu menarik untuk dimainkan setiap hari.
14.	Jika terdapat tantangan setiap hari dan mendapatkan hadiah eksklusif, apakah Anda akan terus mengikutinya?	Pastinya iya sih, apalagi kan untuk mendapatkan hadiah eksklusif K-pop ya gitu
15.	Jika Anda sering berbelanja dan akan naik level <i>member</i> dengan tawaran hadiah atau <i>reward</i> , apakah Anda akan terus mengikutinya?	Kalau misalnya ada reward-nya sama tawaran hadiahnya, pasti akan terus tak ikutin sih.

No.	Pertanyaan	Jawaban
16.	Sekarang saya ingin fokus pada pengalaman yang Anda dapatkan saat menggunakan fitur-fitur tersebut. Bagaimana Anda mendeskripsikan pengalaman Anda ketika menggunakan fitur gamifikasi dalam konteks belanja <i>merchandise</i> ?	Dalam menggunakan fitur gamifikasi itu yang pertama kita jadinya ngga bosen karena kita bisa membuat memainkan fitur itu. Selain memainkan fitur itu ya tadi bisa dapat promo, bisa dapat poin dan karena poin-poin itu bertambah seiring kita memainkan fiturnya. jadi kayak memberi motivasi kita untuk terus memainkannya.
17.	Mengapa Anda mendeskripsikan seperti itu?	Karena sebagai pengguna kita tuh melihat dari kenyamanan dan kesenangan saat memainkan aplikasi itu.
18.	Apakah Anda akan tertarik mencoba kuis K-Pop setiap hari seputar K-Pop 1x sehari, jika benar ketika menjawab akan mendapatkan misteri <i>box</i> yang dapat berupa points atau <i>reward</i> ?	Kalau misalnya itu ada di suatu aplikasi merchandise K-pop pasti akan seru dan kayaknya akan aku ikuti setiap hari sih.
19.	Seperti apa bentuk “penghargaan” atau “ <i>reward</i> ” yang terasa seru bagi Anda? (misal: <i>voucher</i> potongan harga, gratis ongkir, dsb)	Reward yang seru tuh kayak diskon, potongan harga, terus dikasih produk eksklusif, penambahan poin atau jadi membernya jadi naik ke tingkat yang lebih tinggi.
20.	Jika <i>reward</i> tersebut dicapai dengan mengikuti setiap hari quiz tersebut, apakah Anda akan mengikutinya?	Pastinya iya

No.	Pertanyaan	Jawaban
21.	Dalam pengalaman Anda saat menggunakan aplikasi belanja yang memiliki elemen gamifikasi (misalnya: misi, <i>point</i>, <i>badge</i>, level) a. Bagaimana fitur tersebut membuat Anda merasa punya kebebasan dalam pilihan dan tertantang (misalnya dari misi & tantangan)?	Tertantang karena fitur itu banyak misinya terus karena tidak ada unsur paksaan, jadinya bebas untuk memilih apa yang mau dimainkan
	b. Bagaimana fitur tersebut membuat Anda merasa lebih terhubung dengan pengguna lain atau komunitas <i>fans</i>?	Terhubung berarti oh iya kalau misal terhubung mungkin lebih menceritakan kalau di aplikasi itu tuh fiturnya gini-gini-gini, nanti dapat poin menceritakan ke teman sesama fandom. terus kalau misal ada reward dan diskon, dibagikan pengalamannya ke teman sesama fandom biar ikut mencoba gitu
22.	Dari elemen berikut, mana yang paling menarik bagi Anda? (<i>Point</i>, <i>reward</i>, <i>Level member</i>, <i>leaderboard</i>, misi & tantangan)?	Yang paling menarik sih, reward sih. soalnya kalau abis main langsung dapat reward gitu.
23.	Tantangan atau kekurangan apa yang Anda rasakan saat menggunakan aplikasi dengan fitur-fitur gamifikasi seperti ini?	kalau tantangannya mungkin terkadang fitur gamifikasi yang langsung dapat reward itu dibuat lebih susah untuk dimainkan atau dilakukan gitu. jadinya itu sih tantangannya.
24.	Dari semua yang Anda ketahui dari aplikasi yang ada di Indonesia yang menggunakan gamifikasi, fitur	yang paling umum sih di Indonesia menggunakan tuh biasanya ini ya poin kayak setiap hari check-in terus dapet poin atau enggak isal contohnya kalau

No.	Pertanyaan	Jawaban
	mana yang paling rekomendasi dan yang paling Anda sukai yang harus ada pada aplikasi ini?	dapat reward tuh. contoh dari ini yang Shopee pecah telur itu juga cukup menarik sih.
25.	Apakah elemen-elemen ini memotivasi Anda untuk lebih sering menggunakan aplikasi? Mengapa dan Bagaimana hal tersebut memotivasi Anda?	elemen-elemen itu cukup memotivasi untuk membuka aplikasi. misal bisa dikasih contoh tuh ya aplikasi Shopee itu kan banyak banget gamifikasinya dan malah setiap hari bisa buka aplikasi Shopee. karena fitur gamifikasi itu ini mengasih reward jadinya seru dan merasa tertantang.
26.	Apa saranmu agar fitur gamifikasi di aplikasi toko <i>merchandise</i> K-Pop bisa lebih menyenangkan dan bikin Anda semangat? Dalam bentuk apa?	aplikasi toko merchandise kpop mungkin bisa ditambahin kayak misi dan tantangan biar dapat poin atau reward kayak tantangan tadi yang kuis satu hari sekali tentang kpop, terus daily check-in atau juga ada level member tertentu ketika kita naik level, kita dapat keuntungan tertentu untuk menjadi member itu.

Transkrip Wawancara 3

Nama: Ayu

Usia: 24 Tahun

Fandom: EXO-L dari EXO

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Jika Anda tertarik dengan <i>merchandise</i> K-Pop grup favorit Anda, Apa kendala Anda jika ingin membeli <i>merchandise</i> K-Pop yang <i>original</i> di Indonesia?	Oke untuk merchandise K-pop ya pengalaman aku sendiri. aku tuh pernah ikut tuh jastip dari Korea langsung Jadi itu nunggunya tuh lama banget. Karena kan kalau kita mau beli offline itu kan susah banget tuh ya kan Jadi harus nunggu lama banget dan kita harus DP. Jadi kayak kadang tuh takut gitu Kalau nanti uang DP-nya nggak balik, barangnya nggak datang gitu. tapi untungnya kemarin datang sih barang-barang yang aku titipin
2.	Bagaimana menurut Anda agar dapat mengatasi permasalahan tersebut?	Untuk mengatasi permasalahan tersebut, pengennya ada second hand, kayak ada aplikasi yang ada di Indonesia yang bekerja sama dengan aplikasi dari Korea langsung. jadi kita bisa beli barang bisa terpercaya, apalagi kalau ada toko offline-nya. jadi toko online-nya, punya toko offline-nya juga. jadi kita bisa lihat barangnya langsung dan kita belinya bisa lebih cepat gitu. Ga harus nunggu berbulan-bulan dulu.
3.	Apa Anda sebelumnya pernah menggunakan gamifikasi di aplikasi <i>mobile</i> khususnya <i>e-commerce</i> ?? Aplikasi apa yang sering Anda gunakan??	Eeemm, mungkin Shopee ya untuk akhir-akhir ini ya paling sering emang Shopee sih karena lebih gampang dipakai.

No.	Pertanyaan	Jawaban
4.	Apakah Anda merasa tertarik untuk membeli atau mengoleksi <i>merchandise</i> K-Pop melalui aplikasi? Mengapa?	Hmmm, Mungkin iya karena lebih gampang dilihatnya. Jadi kalau beli dari aplikasi itu lebih gampang nyarinya dan mungkin bisa lebih update ya daripada kita beli ke offline.
5.	Pengalaman apa yang Anda rasakan ketika menggunakan aplikasi tanpa adanya gamifikasi? contohnya seperti pada aplikasi A yang hanya menyediakan transaksi jual beli tanpa adanya gamifikasi yang seperti Anda ketahui	Lebih bosan ya. Jadi kalau waktu kita mau beli barang tanpa ada hiburannya. ya hiburan dalam tanda kutip. Jadi kita kayak cuma yaudah kita buka aplikasi belanja payment dan kita tunggu barang saja Tidak bisa berexplore lagi.
6.	Jika terdapat fitur gamifikasi dalam aplikasi penjualan <i>merchandise</i> K-Pop apa yang akan Anda nantikan? (contohnya: <i>reward</i> potongan harga, <i>point</i> , mendapatkan <i>merchandise</i> eksklusif)	Contohnya seperti reward, potongan harga, atau point. Mungkin di point ya Mungkin point kalau nggak voucher, Voucher itu lebih berguna gitu kalau kita lagi belanja online. Karena jadi kayak kita waktu mau beli barang itu ada potongan harga itu adalah suatu achievement gitu kan Kayak suatu reward yang bisa bikin kita lebih senang kalau lagi belanja.
7.	Jika Anda ingin lebih semangat berbelanja atau mengoleksi <i>merchandise</i> , apakah kamu akan tertarik menggunakan aplikasi yang dilengkapi sistem gamifikasi di masa depan? Mengapa?	Tentunya tentu saja iya ya, Jadi kayak biar kita nggak cuma, ga boring aja gitu buka aplikasi cuma belanja aja. Jadi kalau ada gamifikasi itu mungkin kita jadi lebih kayak bisa main games di dalam aplikasinya untuk mengumpulkan voucher ataupun poin-poin gitu.

No.	Pertanyaan	Jawaban
8.	Hal apa yang bisa mendorong Anda untuk aktif mengunjungi aplikasi tersebut secara rutin, walaupun tidak selalu untuk belanja?	Main game, Atau melakukan apa ya dibilangnya, tantangan-tantangan biar kita bisa mendapatkan reward-reward kecil gitu. Atau biasanya ada iklan-iklan merchandise gratis-gratis merchandise gitu, Mungkin itu sih
9.	Jika suatu aplikasi memberi <i>points</i> atas aktivitas tertentu, aktivitas apa yang menurut Anda pantas diberi <i>point</i> atau <i>reward</i> ? (Contoh: membuka aplikasi tiap hari dan beli produk, menjelajahi halaman)	Eemm oh ya, mungkin karena sering berbelanja atau enggak kita memberi ulasan dalam produk atau biasanya share sharing produk gitu-gitu.
10.	Anda termasuk penggemar <i>casual listener</i> atau seorang penggemar yang ikut dalam komunitas fandom tertentu?	untuk saat ini mungkin ya just casual listener jadi kayak udah enggak se se apa ya bilanganya seheboh dulu untuk mengikuti suatu fandom
11.	Anda telah mengikuti K-Pop dari tahun berapa?	paling aktif ikut kpop itu 2020 masa-masa covid waktu itu
12.	Apa Anda termasuk penggemar yang akan membeli <i>merchandise</i> yang berkaitan dengan <i>idol</i> favorit Anda?	itu tentu saja. jadi enggak mungkin saya kalau menjadi fans suatu idol, gak beli sesuatu itu kayak mustahil banget kita pastinya membeli suatu yang pengennya samaan sama idol.
13.	Apakah Anda suka melakukan misi atau tantangan harian mingguan, jika ada hadiah atau <i>reward</i> ?	suka banget, apalagi kalau ada keuntungannya ya tiap hari jadi kayak sambil mengisi kebosanan setiap hari atau lagi break. biasanya enak banget tuh kalau sambil-sambil main games di aplikasi-aplikasi belanja

No.	Pertanyaan	Jawaban
14.	Jika terdapat tantangan setiap hari dan mendapatkan hadiah eksklusif, apakah Anda akan terus mengikutinya?	ya bakal diikuti terus. karena tantangan itu biasanya poinnya akan selalu bertambah setiap harinya. Jadi itu sangat menarik jika ada.
15.	Jika Anda sering berbelanja dan akan naik level <i>member</i> dengan tawaran hadiah atau <i>reward</i> , apakah Anda akan terus mengikutinya?	ya pasti itu. apalagi bisa menjadi member biasanya semakin kalau member biasanya pasti banyak potongan-potongan diskonnya
16.	Sekarang saya ingin fokus pada pengalaman yang Anda dapatkan saat menggunakan fitur-fitur tersebut. Bagaimana Anda mendeskripsikan pengalaman Anda ketika menggunakan fitur gamifikasi dalam konteks belanja <i>merchandise</i> ?	Pastinya menyenangkan ya. jadi kita berbelanja nggak cuma belanja aja, tapi kita juga dapat rewardnya. kita dapat kesenangannya dari bermain tantangan-tantangan yang ada di dalam aplikasinya dan kita juga dapat reward sepotongan harga maybe atau poin-poin yang bisa dipakai buat berbelanja
17.	Mengapa Anda mendeskripsikan seperti itu?	Ya, karena kayak lebih apa ya lebih merasa kita jadi saling menguntungkan gitu. nggak cuma aplikasinya yang untung, tapi kita juga untung, kita bisa dapat karena kita buka aplikasinya tiap hari kita dapat poin tapi tokonya juga untung nih. kita bisa melihat produk-produknya dia. Apalagi kalau kita tertarik, jadi kita bisa belanja lagi gitu.

No.	Pertanyaan	Jawaban
18.	Apakah Anda akan tertarik mencoba kuis K-Pop setiap hari seputar K-Pop 1x sehari, jika benar ketika menjawab akan mendapatkan misteri <i>box</i> yang dapat berupa points atau <i>reward</i> ?	Iya, karena kayak Kadang kita juga pengen kan Dites kemampuan kita tentang KPop. Pengetahuan tentang KPop jadi kayak itu bakal lebih menarik lagi sih kalau ada kayak gitu
19.	Seperti apa bentuk “penghargaan” atau “ <i>reward</i> ” yang terasa seru bagi Anda? (misal: <i>voucher</i> potongan harga, gratis ongkir, dsb)	Saya lebih tertarik ke Diskon, kalau enggak voucher ya Biasanya gitu dan gratis ongkir mungkin
20.	Jika <i>reward</i> tersebut dicapai dengan mengikuti setiap hari quiz tersebut, apakah Anda akan mengikutinya?	Iya, pastinya itu.
21.	Dalam pengalaman Anda saat menggunakan aplikasi belanja yang memiliki elemen gamifikasi (misalnya: misi, <i>point</i> , <i>badge</i> , level) a. Bagaimana fitur tersebut membuat Anda merasa punya kebebasan dalam pilihan dan tertantang (misalnya dari misi & tantangan)?	Kalo misi ya Aku pilih misi coba mungkin jadi bisa lebih explore gitu tentang aplikasinya Atau tentang tantangan-tantangannya.

No.	Pertanyaan	Jawaban
	b. Bagaimana fitur tersebut membuat Anda merasa lebih terhubung dengan pengguna lain atau komunitas <i>fans</i> ?	Biasanya kalau mungkin dari sharing kita kayak bisa saling berkaitan karena bisa kayak bekerja sama biar kita bisa bareng-bareng ngumpulin reward gitu.
22.	Dari elemen berikut, mana yang paling menarik bagi Anda? (<i>Point, reward, Level member, leaderboard, misi & tantangan</i>)?	Mungkin aku pilih reward sama misi ya mungkin atau tantangan
23.	Tantangan atau kekurangan apa yang Anda rasakan saat menggunakan aplikasi dengan fitur-fitur gamifikasi seperti ini?	Mungkin naik levelnya jadi kayak kalau misi-misi tertentu itu kadang naik levelnya terlalu susah. jadi kayak kita sulit untuk menuntaskan misinya. Jadi kayak kalau udah susah jadi boring gitu, jadi males mainnya
24.	Dari semua yang Anda ketahui dari aplikasi yang ada di Indonesia yang menggunakan gamifikasi, fitur mana yang paling rekomendasi dan yang paling Anda sukai yang harus ada pada aplikasi ini?	Mungkin daily check-in, misi dan tantangan. kalau enggak oke games.
25.	Apakah elemen-elemen ini memotivasi Anda untuk lebih sering menggunakan aplikasi? Mengapa dan Bagaimana hal tersebut memotivasi Anda?	ya, karena dari gamifikasi kita bisa bermain target terus hadiah-hadiah yang dikeluarkan juga lebih menarik dan mungkin kita punya goals ya untuk apa yang ingin kita raih gitu yang kita pengen dari aplikasi itu

No.	Pertanyaan	Jawaban
26.	Apa saranmu agar fitur gamifikasi di aplikasi toko <i>merchandise</i> K-Pop bisa lebih menyenangkan dan bikin Anda semangat? Dalam bentuk apa?	misalnya dalam bentuk kuis yang bisa mendapatkan hadiah eksklusif of course tentang merchandise K-pop. kita bisa saling bersaing jika ada level-levelnya atau reward-rewardnya. semakin tinggi poinnya akan semakin besar rewardnya

Transkrip Wawancara 4

Nama: Mita

Usia: 23 Tahun

Fandom: STAY dari Stray Kids

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Jika Anda tertarik dengan <i>merchandise</i> K-Pop grup favorit Anda, Apa kendala Anda jika ingin membeli <i>merchandise</i> K-Pop yang <i>original</i> di Indonesia?	Kendala utama saya sih biaya, karena barang original itu biasanya kan diimport dari Korea. selain itu, pilihan produk resmi di Indonesia itu terbatas dan saya khawatirnya itu mendapat barang yang palsu, Kemudian itu proses preordernya itu lama dan ongkos kirimnya itu mahal.
2.	Bagaimana menurut Anda agar dapat mengatasi permasalahan tersebut?	Untuk mengatasi masalah tersebut, sebaiknya itu ada banyak toko resmi atau distributor terpercaya yang membuka cabang di Indonesia. Selain itu, platform e-commerce-nya lokal bisa bekerja sama langsung dengan agensi K-pop agar produknya itu bisa dijual dengan harga yang lebih terjangkau Dan

No.	Pertanyaan	Jawaban
		konsumen itu juga perlu diedukasi cara membedakan barang asli dan palsu agar tidak tertipu saat membeli.
3.	Apa Anda sebelumnya pernah menggunakan gamifikasi di aplikasi <i>mobile</i> khususnya <i>e-commerce</i> ?? Aplikasi apa yang sering Anda gunakan??	Ya, saya pernah menggunakan gamifikasi di aplikasi mobile, khususnya di e-commerce. Aplikasi yang paling sering saya gunakan itu Shopee. Saya sering mengikuti Shopee Tanam, Shopee Lucky Price, kemudian misi harian untuk mendapatkan koin atau voucher.
4.	Apakah Anda merasa tertarik untuk membeli atau mengoleksi <i>merchandise</i> K-Pop melalui aplikasi? Mengapa?	Ya, saya merasa tertarik untuk membeli atau mengoleksi merchandise K-pop melalui aplikasi karena lebih praktis dan mudah diakses kapan saja.
5.	Pengalaman apa yang Anda rasakan ketika menggunakan aplikasi tanpa adanya gamifikasi? contohnya seperti pada aplikasi A yang hanya menyediakan transaksi jual beli tanpa adanya gamifikasi yang seperti Anda ketahui	Saya hanya masuk untuk membeli barang lalu keluar tanpa ada interaksi lebih lanjut. Tidak ada motivasi tambahan seperti misi harian, koin, atau hadiah yang bisa membuat saya lebih sering membuka aplikasi Sejadinya itu, saya cenderung lebih cepat bosan
6.	Jika terdapat fitur gamifikasi dalam aplikasi penjualan <i>merchandise</i> K-Pop apa yang akan Anda nantikan? (contohnya: <i>reward</i> potongan harga, <i>point</i> , mendapatkan <i>merchandise</i> eksklusif)	Saya akan sering menantikan sistem poin yang bisa ditukar dengan potongan harga atau merchandise eksklusif

No.	Pertanyaan	Jawaban
7.	Jika Anda ingin lebih semangat berbelanja atau mengoleksi <i>merchandise</i> , apakah kamu akan tertarik menggunakan aplikasi yang dilengkapi sistem gamifikasi di masa depan? Mengapa?	Ya, saya akan lebih tertarik menggunakan aplikasi gamifikasi karena fitur tersebut bisa membuat pengalaman berbelanja itu lebih menyenangkan dan interaktif.
8.	Hal apa yang bisa mendorong Anda untuk aktif mengunjungi aplikasi tersebut secara rutin, walaupun tidak selalu untuk belanja?	Mungkin bisa menjelajahi produk tertentu. jadi saya mendapatkan poin
9.	Jika suatu aplikasi memberi <i>points</i> atas aktivitas tertentu, aktivitas apa yang menurut Anda pantas diberi <i>point</i> atau <i>reward</i> ? (Contoh: membuka aplikasi tiap hari dan beli produk, menjelajahi halaman)	Menurut saya itu membuka aplikasi tiap hari harus mendapatkan poin. kemudian setiap berbelanja dimasukkan ke keranjang, kemudian mengulas produk, mengikuti kuis atau sharing ke sosial media.
10.	Anda termasuk penggemar <i>casual listener</i> atau seorang penggemar yang ikut dalam komunitas fandom tertentu?	Saya ikut komunitas fandom
11.	Anda telah mengikuti K-Pop dari tahun berapa?	2018

No.	Pertanyaan	Jawaban
12.	Apa Anda termasuk penggemar yang akan membeli <i>merchandise</i> yang berkaitan dengan <i>idol</i> favorit Anda?	Iyaa
13.	Apakah Anda suka melakukan misi atau tantangan harian mingguan, jika ada hadiah atau <i>reward</i> ?	Suka, apalagi hadiahnya itu menarik dan banyak keuntungannya bagi pengguna.
14.	Jika terdapat tantangan setiap hari dan mendapatkan hadiah eksklusif, apakah Anda akan terus mengikutinya?	Ya tentu karena itu membuat memberikan semangat untuk membuka aplikasi.
15.	Jika Anda sering berbelanja dan akan naik level <i>member</i> dengan tawaran hadiah atau <i>reward</i> , apakah Anda akan terus mengikutinya?	Ya, karena saya bisa merasakan puas dengan keuntungannya
16.	Sekarang saya ingin fokus pada pengalaman yang Anda dapatkan saat menggunakan fitur-fitur tersebut. Bagaimana Anda mendeskripsikan pengalaman Anda ketika menggunakan fitur gamifikasi dalam konteks belanja <i>merchandise</i> ?	Sangat menyenangkan. saya jadi nggak bosan kemudian hadiahnya itu adalah part yang paling seru.

No.	Pertanyaan	Jawaban
17.	Mengapa Anda mendeskripsikan seperti itu?	Karena banyak rasanya itu dihargai dan berfokus ke pengguna yang semata-mata hanya pembeli kemudian bisa lebih interaktif dan mendapatkan banyak benefit.
18.	Apakah Anda akan tertarik mencoba kuis K-Pop setiap hari seputar K-Pop 1x sehari, jika benar ketika menjawab akan mendapatkan misteri <i>box</i> yang dapat berupa points atau <i>reward</i> ?	Iya, karena bisa menambah wawasan mengenai K-pop.
19.	Seperti apa bentuk “penghargaan” atau “ <i>reward</i> ” yang terasa seru bagi Anda? (misal: <i>voucher</i> potongan harga, gratis ongkir, dsb)	Saya paling suka voucher potongan harga.
20.	Jika <i>reward</i> tersebut dicapai dengan mengikuti setiap hari quiz tersebut, apakah Anda akan mengikutinya?	Iya, tentu
21.	Dalam pengalaman Anda saat menggunakan aplikasi belanja yang memiliki elemen gamifikasi (misalnya: misi, <i>point</i> , <i>badge</i> , level)	Kalau untuk misi bisa dibuat banyak jadi bisa lebih bebas

No.	Pertanyaan	Jawaban
	a. Bagaimana fitur tersebut membuat Anda merasa punya kebebasan dalam pilihan dan tertantang (misalnya dari misi & tantangan)?	
	b. Bagaimana fitur tersebut membuat Anda merasa lebih terhubung dengan pengguna lain atau komunitas <i>fans</i> ?	berbagi ke sosial media yang lain, kemudian bisa saling interaksi
22.	Dari elemen berikut, mana yang paling menarik bagi Anda? (<i>Point, reward, Level member, leaderboard, misi & tantangan</i>)?	Reward
23.	Tantangan atau kekurangan apa yang Anda rasakan saat menggunakan aplikasi dengan fitur-fitur gamifikasi seperti ini?	Kadang poinnya kurang
24.	Dari semua yang Anda ketahui dari aplikasi yang ada di Indonesia yang menggunakan gamifikasi, fitur mana yang paling rekomendasi dan yang paling Anda sukai yang harus ada pada aplikasi ini?	Daily check-in, kemudian sistem kuis dan yang pernah hits itu game apa ya yang sistem kuis bisa ditiru dan dimodifikasi

No.	Pertanyaan	Jawaban
25.	Apakah elemen-elemen ini memotivasi Anda untuk lebih sering menggunakan aplikasi? Mengapa dan Bagaimana hal tersebut memotivasi Anda?	Iya, karena ada targetnya itu membuat saya tertantang kemudian jadi merasa lebih effort karena yang dikeluarkan itu sesuai dan ada tujuannya yang ingin dicapai.
26.	Apa saranmu agar fitur gamifikasi di aplikasi toko <i>merchandise</i> K-Pop bisa lebih menyenangkan dan bikin Anda semangat? Dalam bentuk apa?	Bisa ditambahkan kuis dapat saja yang eksklusif atau bisa mendapatkan challenge dengan teman satu sosmed.

Transkrip Wawancara 4

Nama: Cecil

Usia: 21 Tahun

Fandom: EXO-L dari EXO

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Jika Anda tertarik dengan <i>merchandise</i> K-Pop grup favorit Anda, Apa kendala Anda jika ingin membeli <i>merchandise</i> K-Pop yang <i>original</i> di Indonesia?	Biasanya sih kalau di Indo itu nyari yang original agak susah ya kebanyakan itu palsu gitu. kw kw, terus toko atasnya juga jarang punya aplikasi online sendiri. Kalau misalkan mau beli yang resmi itu biasanya harus PO itu nunggunya kelamaan Juga jastip-jastip itu banyak yang nggak bisa dipercaya gitu. Jadi

No.	Pertanyaan	Jawaban
		banyak yang penipuan kalau jastip dan juga kalau dijual lagi di Indonesia itu mahal kalau dari seller-seller yang menjual khusus merchandise gitu
2.	Bagaimana menurut Anda agar dapat mengatasi permasalahan tersebut?	Harusnya sih ada aplikasi lokal ya yang digunakan untuk khusus menjual merchandise K-pop gitu. Mungkin bisa kerjasama sama agensinya dan ditambahin fitur yang menarik biar orang-orang juga tetap mau menggunakan secara berkelanjutan gitu misalkan ada game atau rewardnya
3.	Apa Anda sebelumnya pernah menggunakan gamifikasi di aplikasi <i>mobile</i> khususnya <i>e-commerce</i> ?? Aplikasi apa yang sering Anda gunakan??	Pernah seperti Shopee, Lazada, dan Sociolla. Shopee sih biasanya karena dia hadiahnya itu lumayan banyak juga bervariasi gamifikasinya
4.	Apakah Anda merasa tertarik untuk membeli atau mengoleksi <i>merchandise</i> K-Pop melalui aplikasi? Mengapa?	Tertarik sih, Lebih gampang aja apalagi kalau ada aplikasinya gitu kan dan juga ada fitur yang menarik misalkan ada kayak misi atau tantangannya yang menyenangkan, dan juga kalau ada rewardnya gitu pasti lebih tertarik
5.	Pengalaman apa yang Anda rasakan ketika menggunakan aplikasi tanpa adanya gamifikasi? contohnya seperti pada aplikasi A yang hanya menyediakan transaksi jual beli tanpa adanya gamifikasi yang seperti Anda ketahui	menurut pengalaman saya itu membosankan ya. jadi gak ada rasa ingin stay di aplikasinya gitu, ya sekedar kalau mau beli barang baru buka aplikasinya jadi gak ada ya pengen untuk menggunakan aplikasinya secara terus menerus gitu.

No.	Pertanyaan	Jawaban
6.	Jika terdapat fitur gamifikasi dalam aplikasi penjualan <i>merchandise</i> K-Pop apa yang akan Anda nantikan? (contohnya: <i>reward</i> potongan harga, <i>point</i> , mendapatkan <i>merchandise</i> eksklusif)	kalau dari saya sendiri sih saya cenderung lebih suka poin-poin gitu ya. Jadi nanti bisa dikumpulin terus nanti ada benefitnya, dapat hadiah atau bisa diadakan fitur yang mendapatkan merchandise eksklusif gitu
7.	Jika Anda ingin lebih semangat berbelanja atau mengoleksi <i>merchandise</i> , apakah kamu akan tertarik menggunakan aplikasi yang dilengkapi sistem gamifikasi di masa depan? Mengapa?	kalau dari saya sendiri sangat tertarik ya penggunaanya juga mendapatkan keuntungan dari gamifikasi itu sendiri.
8.	Hal apa yang bisa mendorong Anda untuk aktif mengunjungi aplikasi tersebut secara rutin, walaupun tidak selalu untuk belanja?	Mungkin kayak Shopee gitu ada misi untuk menjelajahi produk tertentu. Nanti dapat poin, dapat reward gitu Lalu bisa membeli produk lalu dikasih ulasan gitu
9.	Jika suatu aplikasi memberi <i>points</i> atas aktivitas tertentu, aktivitas apa yang menurut Anda pantas diberi <i>point</i> atau <i>reward</i> ? (Contoh: membuka aplikasi tiap hari dan beli produk, menjelajahi halaman)	Iya sih bisa untuk kayak login harian, check-in harian gitu, terus nanti bisa ada ikut-ikutan quiz atau game-game kecil lalu membagikan pengalaman gitu ke sosmed.

No.	Pertanyaan	Jawaban
10.	Anda termasuk penggemar <i>casual listener</i> atau seorang penggemar yang ikut dalam komunitas fandom tertentu?	Kalau saya itu cenderung lebih suka lagu-lagunya aja sih tanpa mengikuti komunitas fandom tertentu
11.	Anda telah mengikuti K-Pop dari tahun berapa?	Sudah lama mbak dari 2019 sebelum COVID
12.	Apa Anda termasuk penggemar yang akan membeli <i>merchandise</i> yang berkaitan dengan <i>idol</i> favorit Anda?	Iya sih, Kadang kayak pengen beli lightstick Atau beli kayak hadiah-hadiah yang menyangkut berkaitan dengan idol.
13.	Apakah Anda suka melakukan misi atau tantangan harian mingguan, jika ada hadiah atau <i>reward</i> ?	Suka, apalagi kalau hadiahnya menarik dan banyak keuntungannya
14.	Jika terdapat tantangan setiap hari dan mendapatkan hadiah eksklusif, apakah Anda akan terus mengikutinya?	Tentu karena itu bisa membuat semangat buat buka aplikasinya setiap hari.
15.	Jika Anda sering berbelanja dan akan naik level <i>member</i> dengan tawaran hadiah atau <i>reward</i> , apakah Anda akan terus mengikutinya?	kalo dari saya sendiri pasti akan terus mengikuti ya, karena bisa merasa puas dan dapat banyak keuntungannya juga.
16.	Sekarang saya ingin fokus pada pengalaman yang Anda dapatkan saat menggunakan fitur-fitur tersebut. Bagaimana Anda mendeskripsikan	menyenangkan sih, jadi nggak monoton gitu karena ada hadiah-hadiah yang sangat dinantikan terus juga bisa mendapatkan diskon dari harga aslinya.

No.	Pertanyaan	Jawaban
	pengalaman Anda ketika menggunakan fitur gamifikasi dalam konteks belanja <i>merchandise</i> ?	
17.	Mengapa Anda mendeskripsikan seperti itu?	Ya, karena saya merasa dihargai dan berfokus ke pengguna yang semata-mata hanya pembeli karena ketika berinteraksi dengan aplikasinya mendapatkan manfaat dapat keuntungan.
18.	Apakah Anda akan tertarik mencoba kuis K-Pop setiap hari seputar K-Pop 1x sehari, jika benar ketika menjawab akan mendapatkan misteri <i>box</i> yang dapat berupa points atau <i>reward</i> ?	Iya boleh karena sekalian mengetes pengetahuan tentang K-pop aja.
19.	Seperti apa bentuk “penghargaan” atau “ <i>reward</i> ” yang terasa seru bagi Anda? (misal: <i>voucher</i> potongan harga, gratis ongkir, dsb)	Saya paling suka itu potongan harga sih, tapi kalau yang lain itu bisa kayak gratis ongkir juga atau koin-koin gitu.
20.	Jika <i>reward</i> tersebut dicapai dengan mengikuti setiap hari quiz tersebut, apakah Anda akan mengikutinya?	Tentu saya akan mengikutinya
21.	Dalam pengalaman Anda saat menggunakan aplikasi belanja yang memiliki elemen gamifikasi (misalnya: misi, <i>point</i> , <i>badge</i> , level)	kalo untuk misi bisa dibuat banyak saja sih jadi bisa lebih bebas.

No.	Pertanyaan	Jawaban
	a. Bagaimana fitur tersebut membuat Anda merasa punya kebebasan dalam pilihan dan tertantang (misalnya dari misi & tantangan)?	
	b. Bagaimana fitur tersebut membuat Anda merasa lebih terhubung dengan pengguna lain atau komunitas <i>fans</i> ?	Mungkin bisa dibuat berbagi ke sosial media jadi orang lain bisa tahu gitu
22.	Dari elemen berikut, mana yang paling menarik bagi Anda? (<i>Point, reward, Level member, leaderboard, misi & tantangan</i>)?	Kalau dari saya sendiri lebih suka poin, reward, dan misi atau tantangan itu sih
23.	Tantangan atau kekurangan apa yang Anda rasakan saat menggunakan aplikasi dengan fitur-fitur gamifikasi seperti ini?	Kadang itu rewardnya kurang menarik, misinya juga terlalu susah, dan lama dapat hadiahnya.
24.	Dari semua yang Anda ketahui dari aplikasi yang ada di Indonesia yang menggunakan gamifikasi, fitur mana yang paling rekomendasi dan yang paling Anda sukai yang harus ada pada aplikasi ini?	Mungkin yang simple kayak daily check-in gitu, jadi cuma login doang terus dapet hadiah terus mungkin juga ada sistem kuis kecil-kecilan yang bisa ditiru atau dimodifikasi.

No.	Pertanyaan	Jawaban
25.	Apakah elemen-elemen ini memotivasi Anda untuk lebih sering menggunakan aplikasi? Mengapa dan Bagaimana hal tersebut memotivasi Anda?	iya, karena ada targetnya dan ada hadiahnya juga jadi merasa kerja keras yang saya keluarkan itu sesuai dan ada tujuan yang ingin dicapai.
26.	Apa saranmu agar fitur gamifikasi di aplikasi toko <i>merchandise</i> K-Pop bisa lebih menyenangkan dan bikin Anda semangat? Dalam bentuk apa?	bisa ditambahkan, misalnya dalam kuis dapat hadiah yang eksklusif agar bisa saling bersaing dengan orang lain/pengguna yang lain.

Transkrip Wawancara 6

Nama: Salsa

Usia: 23 Tahun

Fandom: NCTZen dari NCT

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Jika Anda tertarik dengan <i>merchandise</i> K-Pop grup favorit Anda, Apa kendala Anda jika ingin membeli <i>merchandise</i> K-Pop yang <i>original</i> di Indonesia?	Untuk saat ini masalahnya di harga ya Mungkin ya karena <i>merchandise</i> lumayan mahal untuk saat ini, Apalagi yang di khusus <i>merchandise</i> Dan juga nyarinya yang official tuh biasanya lumayan susah. Apalagi kalau ada pun harus PO yang lumayan lama gitu waktunya
2.	Bagaimana menurut Anda agar dapat mengatasi permasalahan tersebut?	Mungkin jika bisa dimudahkan ya mungkin kalau ada aplikasi khusus gitu buat jual <i>merchandise</i> itu atau mungkin Kerjasama sama agensi, mungkin yang

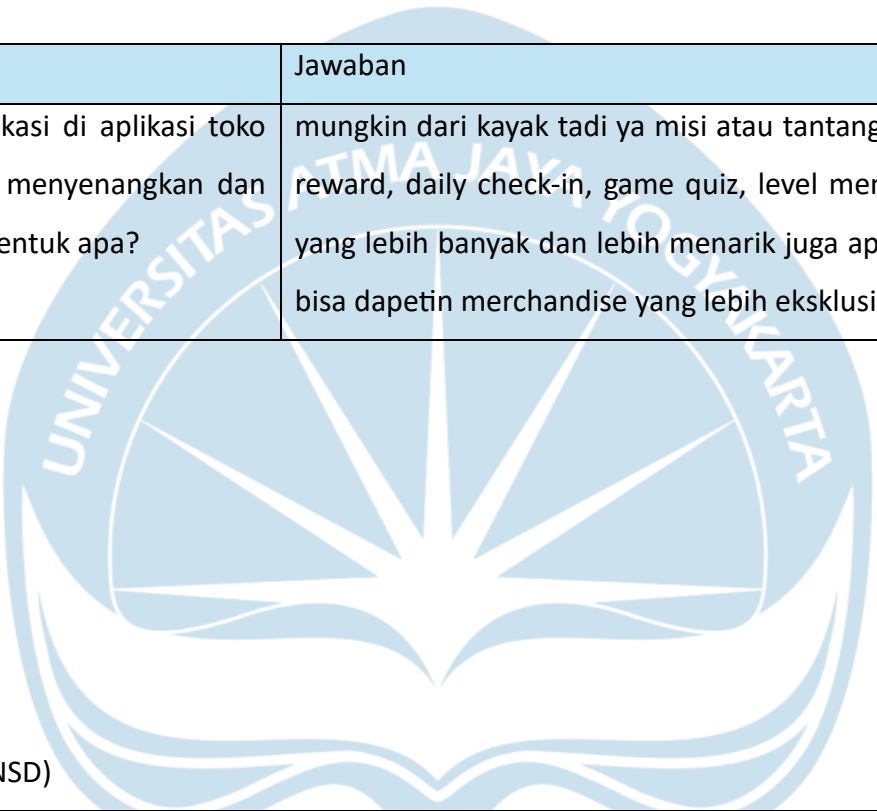
No.	Pertanyaan	Jawaban
		bisa nambahin fitur juga ya. Jadi bisa makin menarik juga kalau ada aplikasi dengan fitur yang kayak gitu, Kayak ada mungkin gamenya atau rewatchnya yang bikin aplikasi tuh lebih menarik gitu buat para penggunaannya
3.	Apa Anda sebelumnya pernah menggunakan gamifikasi di aplikasi <i>mobile</i> khususnya <i>e-commerce</i> ?? Aplikasi apa yang sering Anda gunakan??	Kalau saya biasanya pakai Shopee, Lazada, Tokopedia seperti itu
4.	Apakah Anda merasa tertarik untuk membeli atau mengoleksi <i>merchandise</i> K-Pop melalui aplikasi? Mengapa?	Ya, jadi lebih gampang ya Kalau ada aplikasi yang semacam itu. apalagi ditambah dengan yang mungkin banyak diskon yang bisa buat harganya tuh bisa lebih miring ya kayak potong harga gitu. Jadi lebih menarik kalau ada aplikasi yang kayak gitu.
5.	Pengalaman apa yang Anda rasakan ketika menggunakan aplikasi tanpa adanya gamifikasi? contohnya seperti pada aplikasi A yang hanya menyediakan transaksi jual beli tanpa adanya gamifikasi yang seperti Anda ketahui	Kalau menurutku kayak rada biasa ya kayak kurang menarik aja gitu kalau dibuka cuma oh yaudah ada isinya kebutuhan-kebutuhan aja. Kalau misalkan ada aplikasi yang menambahin hal yang lebih menarik itu lebih oke gitu. Jadi lebih menyenangkan aja gitu. Bukannya nggak terlalu monotonnya cuma gitu-gitu aja begitu
6.	Jika terdapat fitur gamifikasi dalam aplikasi penjualan <i>merchandise</i> K-Pop apa yang akan Anda	Kalau dilihat dari pengalaman saya sih saya nyukain kayak poin ya yang bisa dikumpulin gitu, mungkin jadi potongan harga atau mungkin bisa jadi bisa

No.	Pertanyaan	Jawaban
	nantikan? (contohnya: <i>reward</i> potongan harga, <i>point</i> , mendapatkan <i>merchandise</i> eksklusif)	dapetin merchandise yang lebih eksklusif mungkin. Jadi bisa dapetin benefit-benefit yang lain yang lebih menarik begitu
7.	Jika Anda ingin lebih semangat berbelanja atau mengoleksi <i>merchandise</i> , apakah kamu akan tertarik menggunakan aplikasi yang dilengkapi sistem gamifikasi di masa depan? Mengapa?	Tentu saja akan menarik ya, apalagi buat penggunanya yang bisa dapetin keuntungan dari gamifikasi itu. Jadi lebih menarik dan kalau ada rewardnya kan kita lebih semangat gitu, makenya aplikasinya
8.	Hal apa yang bisa mendorong Anda untuk aktif mengunjungi aplikasi tersebut secara rutin, walaupun tidak selalu untuk belanja?	mungkin bisa kayak menjelajahi produk tertentu gitu terus bisa dapetin poin atau mungkin membeli atau mengulas produk yang bisa dapetin poin juga atau mungkin membuka setiap aplikasi itu bisa dapetin reward yang lain juga
9.	Jika suatu aplikasi memberi <i>points</i> atas aktivitas tertentu, aktivitas apa yang menurut Anda pantas diberi <i>point</i> atau <i>reward</i> ? (Contoh: membuka aplikasi tiap hari dan beli produk, menjelajahi halaman)	Mungkin mengikuti quiz atau mungkin membagikan ke sosmed, terus membuka aplikasi setiap hari, berbelanja, mengulas produk
10.	Anda termasuk penggemar <i>casual listener</i> atau seorang penggemar yang ikut dalam komunitas fandom tertentu?	Mengikuti komunitas fandom.
11.	Anda telah mengikuti K-Pop dari tahun berapa?	2018

No.	Pertanyaan	Jawaban
12.	Apa Anda termasuk penggemar yang akan membeli <i>merchandise</i> yang berkaitan dengan <i>idol</i> favorit Anda?	Ya Apalagi kalau dimudahkan tentunya akan pasti beli ya. Apalagi kalau dimudahin dan mendapat potongan harga.
13.	Apakah Anda suka melakukan misi atau tantangan harian mingguan, jika ada hadiah atau <i>reward</i> ?	ya, apalagi ada rewardnya yang bikin menarik yang bikin kita makin rajin gitu bukannya
14.	Jika terdapat tantangan setiap hari dan mendapatkan hadiah eksklusif, apakah Anda akan terus mengikutinya?	tentu saja pasti akan ngikutin terus buat dapetin hadiahnya
15.	Jika Anda sering berbelanja dan akan naik level <i>member</i> dengan tawaran hadiah atau <i>reward</i> , apakah Anda akan terus mengikutinya?	ya saya akan mengikutinya buat dapetin keuntungannya
16.	Sekarang saya ingin fokus pada pengalaman yang Anda dapatkan saat menggunakan fitur-fitur tersebut. Bagaimana Anda mendeskripsikan pengalaman Anda ketika menggunakan fitur gamifikasi dalam konteks belanja <i>merchandise</i> ?	Cukup menyenangkan ya. jadi nggak mau bosan gitu, apalagi bisa dapetin banyak reward, discount, banyak benefitnya juga yang bisa didapetin dari gunain aplikasi yang dengan fitur yang kayak begitu
17.	Mengapa Anda mendeskripsikan seperti itu?	ya karena saya sebagai pengguna ya jadi diperhatikan gitu buat diberi kemudahan buat dapetin apa yang kita butuhin saat itu, apalagi kalau

No.	Pertanyaan	Jawaban
		ditambah dengan fitur yang seperti itu lebih menarik dan lebih mempermudah gitu buat dapetin nggak terlalu susah.
18.	Apakah Anda akan tertarik mencoba kuis K-Pop setiap hari seputar K-Pop 1x sehari, jika benar ketika menjawab akan mendapatkan misteri <i>box</i> yang dapat berupa points atau <i>reward</i> ?	ya, karena kalau tentang kpop gitu menarik ya buat aku buat, apalagi yang udah suka gitu
19.	Seperti apa bentuk “penghargaan” atau “ <i>reward</i> ” yang terasa seru bagi Anda? (misal: <i>voucher</i> potongan harga, gratis ongkir, dsb)	mungkin kayak voucher potongan harga, bisa dapetin produk yang eksklusif
20.	Jika <i>reward</i> tersebut dicapai dengan mengikuti setiap hari quiz tersebut, apakah Anda akan mengikutinya?	tentu pasti mengikuti setiap hari.
21.	Dalam pengalaman Anda saat menggunakan aplikasi belanja yang memiliki elemen gamifikasi (misalnya: misi, <i>point</i> , <i>badge</i> , level) a. Bagaimana fitur tersebut membuat Anda merasa punya kebebasan dalam pilihan dan tertantang (misalnya dari misi & tantangan)?	Emm karena fiturnya enggak ada unsur paksaan ya jadi dari kita sendiri gitu jadi bebas buat milih misi sama tantangannya yang ada di situ.

No.	Pertanyaan	Jawaban
	b. Bagaimana fitur tersebut membuat Anda merasa lebih terhubung dengan pengguna lain atau komunitas <i>fans</i> ?	bisa kasih tau kalau yang lain atau mungkin share di sosmed atau share ke temen-temen. Kalau ada aplikasi yang kayak gini yang bisa kasih reward, kasih diskon jadi bisa mempermudah para kita-kita penggemar buat dapetin merchandise apa yang kita mau
22.	Dari elemen berikut, mana yang paling menarik bagi Anda? (<i>Point, reward, Level member, leaderboard, misi & tantangan</i>)?	buat aku sih semuanya semuanya menarik ya. apalagi kalau poin-poin atau level member yang memungkinkan buat bisa dapetin harganya lebih miring, itu pasti lebih menarik sih.
23.	Tantangan atau kekurangan apa yang Anda rasakan saat menggunakan aplikasi dengan fitur-fitur gamifikasi seperti ini?	terkadang kalau ada voucher itu nggak sesuai gitu ya, jadi nggak bisa buat ngeklaim kebutuhan yang kebetulan aku mau gitu.
24.	Dari semua yang Anda ketahui dari aplikasi yang ada di Indonesia yang menggunakan gamifikasi, fitur mana yang paling rekomendasi dan yang paling Anda sukai yang harus ada pada aplikasi ini?	mungkin seperti poin, reward, level member, leaderboard, atau mungkin misi atau tantangan atau game yang bisa dapetin poin juga, atau mungkin voucher-voucher tertentu gitu
25.	Apakah elemen-elemen ini memotivasi Anda untuk lebih sering menggunakan aplikasi? Mengapa dan Bagaimana hal tersebut memotivasi Anda?	ya, karena banyak fitur yang bisa kasih reward atau poinnya.

No.	Pertanyaan	Jawaban
26.	Apa saranmu agar fitur gamifikasi di aplikasi toko <i>merchandise</i> K-Pop bisa lebih menyenangkan dan bikin Anda semangat? Dalam bentuk apa?	 mungkin dari kayak tadi ya misi atau tantangan yang bisa dapetin poin atau reward, daily check-in, game quiz, level member yang bisa dapetin reward yang lebih banyak dan lebih menarik juga apalagi kalau misalkan rewardnya bisa dapetin merchandise yang lebih eksklusif ya

Transkrip Wawancara 7

Nama: Hana

Usia: 22 Tahun

Fandom: Sone dari Girl Generation (SNSD)

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Jika Anda tertarik dengan <i>merchandise</i> K-Pop grup favorit Anda, Apa kendala Anda jika ingin membeli <i>merchandise</i> K-Pop yang <i>original</i> di Indonesia?	ini sih kalau di Indonesia cari toko yang officialnya itu rada susah terus juga saya kan banyak apa ya barang-barang yang KW gitu loh KW terus mungkin kalau yang kita pesen padahal gak sesuai ya bentuknya lah atau apa gitu. Bahkan aku suka nunggu pre-order jadi atau ya apa ya banyak penipuan aja sih kalau aku rasa begitu

No.	Pertanyaan	Jawaban
2.	Bagaimana menurut Anda agar dapat mengatasi permasalahan tersebut?	Mungkin kayak apa ya yang jelas kayak ada toko, toko official yang jelas ya kan jual merchandise kpop nih mungkin ada kayak lisensinya under dari entertainment mana yang di Korea yang udah gede gitu terus official e-commerce juga kerjasama sama agensi sebenarnya yang menurut aku itu penting banget
3.	Apa Anda sebelumnya pernah menggunakan gamifikasi di aplikasi <i>mobile</i> khususnya <i>e-commerce</i> ?? Aplikasi apa yang sering Anda gunakan??	Kalau gamifikasi itu sebenarnya aku rada jarang untuk di e-commerce karena emang fokus itu cuma ya udah melihat-melihat aja beli terus ya udah check out gitu, mungkin kadang-kadang sih kayak kalau di Shopee itu ini ya ke apa ya Shopee Coins itu loh
4.	Apakah Anda merasa tertarik untuk membeli atau mengoleksi <i>merchandise</i> K-Pop melalui aplikasi? Mengapa?	Kalau sebenarnya itu, aku tuh bukan anak yang kayak suka beli merchandise K-pop gitu, tapi aku tuh ada rasa tertarik karena gimana ya bisa kayak menandainya kayak aku tuh kayak gemes aja gitu kayak merchandise-nya gitu.
5.	Pengalaman apa yang Anda rasakan ketika menggunakan aplikasi tanpa adanya gamifikasi? contohnya seperti pada aplikasi A yang hanya menyediakan transaksi jual beli tanpa adanya gamifikasi yang seperti Anda ketahui	Kalau itu sih menurutku kayak membosankan ya karena kita cuma transaksi jual beli. Kalau kita ada gamifikasi contohnya shopee itu kan ada gamifikasi yang main games-games gitu kan dia nanti kalau sudah dapat score tinggi atau poin yang banyak kan bisa untuk ditukar, ga ini kok kayaknya kayak ngebosani banget begitu

No.	Pertanyaan	Jawaban
6.	Jika terdapat fitur gamifikasi dalam aplikasi penjualan <i>merchandise</i> K-Pop apa yang akan Anda nantikan? (contohnya: <i>reward</i> potongan harga, <i>point</i> , mendapatkan <i>merchandise</i> eksklusif)	Kalau aku sih karena kayak potongan-potongan itu udah selain discount, mungkin kalau aku sih lebih suka discount yang kayak 50% atau yang gede gitu lah
7.	Jika Anda ingin lebih semangat berbelanja atau mengoleksi <i>merchandise</i> , apakah kamu akan tertarik menggunakan aplikasi yang dilengkapi sistem gamifikasi di masa depan? Mengapa?	Kalau aku sih oke, cukup tertarik karena selain kita cuma apa ya yang ngescrolling ngeliat-ngeliat barang gitu kita kan bisa ya at least kayak main game gitu lah. Atau mungkin kayak gamifikasinya main game untuk mendapatkan sebuah merchandise apa begitu
8.	Hal apa yang bisa mendorong Anda untuk aktif mengunjungi aplikasi tersebut secara rutin, walaupun tidak selalu untuk belanja?	Mungkin apa ya? Aku sih lebih suka kalau itu ngeliatin itu sih promonya, promonya kan mungkin ya ada yang menarik lah atau mungkin game-gamesnya gitu yang bikin kita dapat dapat poin lah atau dapat diskon atau promosi tertentu.
9.	Jika suatu aplikasi memberi <i>points</i> atas aktivitas tertentu, aktivitas apa yang menurut Anda pantas diberi <i>point</i> atau <i>reward</i> ? (Contoh: membuka aplikasi tiap hari dan beli produk, menjelajahi halaman)	Mungkin itu sih kayak scrolling sama 15 detik atau 1 menit nanti dapat poin gitu atau bisa belanja atau ngulas produk. Nah, kalau ikut quiz-quiz itu mungkin bisa bisa juga sih

No.	Pertanyaan	Jawaban
10.	Anda termasuk penggemar <i>casual listener</i> atau seorang penggemar yang ikut dalam komunitas fandom tertentu?	Oh aku tuh lebih ini apa ke casual listener saja
11.	Anda telah mengikuti K-Pop dari tahun berapa?	Sebenarnya aku ikut K-pop itu sejak SD di kelas, itu berarti 2015 kurang lebih 10 tahun
12.	Apakah Anda termasuk penggemar yang akan membeli <i>merchandise</i> yang berkaitan dengan <i>idol</i> favorit Anda?	Sebenarnya sih pengen ya kayak pengen belikan. Cuma aku tuh kayak suka oleng-oleng dikit gitu loh, Jadi nggak bisa yang beneran aku suka ini banget gitu. Kadang tiap bulan bisa ganti, jadi yang aku suka itu siapa
13.	Apakah Anda suka melakukan misi atau tantangan harian mingguan, jika ada hadiah atau <i>reward</i> ?	Ya pastinya karena itu sebuah bentuk motivatif. Kenapa menggunakan hal tersebut? gitu kan menggunakan misi begitu
14.	Jika terdapat tantangan setiap hari dan mendapatkan hadiah eksklusif, apakah Anda akan terus mengikutinya?	Iya sih kemungkinan mengikutinya karena juga bisa membuat aku semangat untuk ya kepo aja sih sebenarnya kayak hari ini hadiahnya apa ya.
15.	Jika Anda sering berbelanja dan akan naik level <i>member</i> dengan tawaran hadiah atau <i>reward</i> , apakah Anda akan terus mengikutinya?	Mengikutinya kalau sering berbelanja gitu, ya Sebenarnya kalau sering berbelanja itu kayaknya gimana ya, gak juga karena nanti lebih ke bokek sih aku. Cuma kalau bisa kan sering berbelanja dalam misalnya kurun waktu yang tiap bulan sekali gitu aku masih akan terus mengikutin sih. Karena terlalu mahal gitu ya jadi kita harus berhemat ya sekarang karena inflasi

No.	Pertanyaan	Jawaban
16.	Sekarang saya ingin fokus pada pengalaman yang Anda dapatkan saat menggunakan fitur-fitur tersebut. Bagaimana Anda mendeskripsikan pengalaman Anda ketika menggunakan fitur gamifikasi dalam konteks belanja <i>merchandise</i> ?	Aku sih menyenangkan ya. jadi kalau dipakai kita lebih banyak, kita nggak bosan juga itu lo. Dan pastinya kan fitur kalau kita mainin gitu, pastikan ada sebuah reward dalam bentuknya macam-macam dan juga bisa memberikan keuntungan juga.
17.	Mengapa Anda mendeskripsikan seperti itu?	Gimana ya. karena lebih banyak apa ya interkasinya ada dan juga menyadari kan kalau aplikasinya itu kan punya benefit-nya apa begitu
18.	Apakah Anda akan tertarik mencoba kuis K-Pop setiap hari seputar K-Pop 1x sehari, jika benar ketika menjawab akan mendapatkan misteri <i>box</i> yang dapat berupa points atau <i>reward</i> ?	Oh itu pasti ya karena aku tertantang banget untuk mengikuti yang terkaitan dengan K-pop itu Dan mungkin saling kek melatih apa ya mungkin lebih banyak tahu aja gitu tentang dunia-dunia K-pop.
19.	Seperti apa bentuk “penghargaan” atau “ <i>reward</i> ” yang terasa seru bagi Anda? (misal: <i>voucher</i> potongan harga, gratis ongkir, dsb)	Sebenarnya kalau aku dengan kayak voucher gratis ongkir, potongan itu aku sudah agak bosan ya mungkin bisa kayak tambahan itu nanti koin yang bisa nanti diuangkan
20.	Jika <i>reward</i> tersebut dicapai dengan mengikuti setiap hari quiz tersebut, apakah Anda akan mengikutinya?	Kalau ini aku mengikuti yaa karena dapatnya reward bukan habisin duitnya

No.	Pertanyaan	Jawaban
21.	Dalam pengalaman Anda saat menggunakan aplikasi belanja yang memiliki elemen gamifikasi (misalnya: misi, <i>point</i>, <i>badge</i>, level) a. Bagaimana fitur tersebut membuat Anda merasa punya kebebasan dalam pilihan dan tertantang (misalnya dari misi & tantangan)?	Kalau badges itu kan saya menentukan sudah level berapa gitu, gimana ya jadi lebih merasa proud aja sih sudah dekat level paling tinggi dan juga kan biasanya kan kalau level yang tinggi kan lebih banyak fitur apa ya, fitur-fitur atau keuntungan yang didapatkan
	b. Bagaimana fitur tersebut membuat Anda merasa lebih terhubung dengan pengguna lain atau komunitas <i>fans</i>?	lebih itu sih mungkin ya, karena sekarang kan terhubung dengan komunitas fans, mungkin lebih apa ya aku sering ke social media kali ya karena tempatnya kan emang di situ ya untuk saya biar terhubung
22.	Dari elemen berikut, mana yang paling menarik bagi Anda? (<i>Point</i>, <i>reward</i>, <i>Level member</i>, <i>leaderboard</i>, misi & tantangan)?	Kalau aku lebih ke misi dan tantangan ya karena kalau misi sama tantangan itu kan biasanya juga bisa memberikan reward entah dalam bentuk naik level atau point begitu
23.	Tantangan atau kekurangan apa yang Anda rasakan saat menggunakan aplikasi dengan fitur-fitur gamifikasi seperti ini?	Mungkin sebenarnya sih kadang ya kalau misinya menarik tapi aslinya tuh rewardnya kurang menarik gitu lo kadang misalkan nih gamifikasinya kayak kalau di shopee itu kayak capit apa sih capit hadiah itu kan kalau musim itu kadang kalau kita mau dapetin yang putih itu ya susah banget tuh loh. jadi kan susah banget ya boleh nggak sih dipermudah begitu

No.	Pertanyaan	Jawaban
24.	Dari semua yang Anda ketahui dari aplikasi yang ada di Indonesia yang menggunakan gamifikasi, fitur mana yang paling rekomendasi dan yang paling Anda sukai yang harus ada pada aplikasi ini?	sebenarnya dari shopee itu bagus juga tapi karena aku orangnya kan kalau langsung buka tuh langsung yaudah nggak deh. kalau kayak aku sih lebih sukanya ke misi ya sistem kuis harian begitu
25.	Apakah elemen-elemen ini memotivasi Anda untuk lebih sering menggunakan aplikasi? Mengapa dan Bagaimana hal tersebut memotivasi Anda?	kalau misalkan ada kuis tiap hari karena anaknya suka kuis kalo diadain aku bakal mungkin menggunakan di tiap hari.
26.	Apa saranmu agar fitur gamifikasi di aplikasi toko <i>merchandise</i> K-Pop bisa lebih menyenangkan dan bikin Anda semangat? Dalam bentuk apa?	mungkin yang bikin lebih semangat ya misalkan nih aku lagi ngerjain kuis kan nah jadi mungkin ya kasih pertanyaan. kalau misalkan ada pertanyaan macam-macam, ada pertanyaan yang kalau misalkan benar menjawab dia dapat hadiah eksklusif, jadi nanti kan dikumpulkan terus nanti bisa bisa apa ya kayak bersaing sama yang lain itu loh koleksi ini aku udah dapat begini gitu

Transkrip Wawancara 8

Nama: Seli

Usia: 19 Tahun

Fandom: NCTZen dari NCT

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Jika Anda tertarik dengan <i>merchandise</i> K-Pop grup favorit Anda, Apa kendala Anda jika ingin membeli <i>merchandise</i> K-Pop yang <i>original</i> di Indonesia?	Sangat mahal karena belum termasuk biaya-biaya beacukai dan biaya yang lainnya. Jika ingin membeli pun saya harus menunggu PO selanjutnya dan mencari merchandise yang asli.
2.	Bagaimana menurut Anda agar dapat mengatasi permasalahan tersebut?	Saya harus me apa mengecek aplikasi tersebut dan mengecek official store tersebut yang asli yang mana
3.	Apa Anda sebelumnya pernah menggunakan gamifikasi di aplikasi <i>mobile</i> khususnya <i>e-commerce</i> ?? Aplikasi apa yang sering Anda gunakan??	Ya seperti Shopee dan TikTok Shop
4.	Apakah Anda merasa tertarik untuk membeli atau mengoleksi <i>merchandise</i> K-Pop melalui aplikasi? Mengapa?	Ya karena menjadi lebih gampang apalagi aplikasinya memiliki berbagai diskon dan menyediakan berbagai voucher untuk pembeli yang lain.
5.	Pengalaman apa yang Anda rasakan ketika menggunakan aplikasi tanpa adanya gamifikasi? contohnya seperti pada aplikasi A yang hanya menyediakan transaksi jual beli tanpa adanya gamifikasi yang seperti Anda ketahui	kurang menarik.

No.	Pertanyaan	Jawaban
6.	Jika terdapat fitur gamifikasi dalam aplikasi penjualan <i>merchandise</i> K-Pop apa yang akan Anda nantikan? (contohnya: <i>reward</i> potongan harga, <i>point</i> , mendapatkan <i>merchandise</i> eksklusif)	Potongan harga seperti voucher karena dengan adanya potongan harga itu, harga yang asli menjadi lebih murah karena terpotong oleh voucher tersebut.
7.	Jika Anda ingin lebih semangat berbelanja atau mengoleksi <i>merchandise</i> , apakah kamu akan tertarik menggunakan aplikasi yang dilengkapi sistem gamifikasi di masa depan? Mengapa?	Ya, saya sangat tertarik karena pengguna juga mendapatkan keuntungan dari gamifikasi yang digunakan oleh pembeli.
8.	Hal apa yang bisa mendorong Anda untuk aktif mengunjungi aplikasi tersebut secara rutin, walaupun tidak selalu untuk belanja?	Untuk membuka aplikasi setiap hari dan mendapatkan poin
9.	Jika suatu aplikasi memberi <i>points</i> atas aktivitas tertentu, aktivitas apa yang menurut Anda pantas diberi <i>point</i> atau <i>reward</i> ? (Contoh: membuka aplikasi tiap hari dan beli produk, menjelajahi halaman)	Ikut kuis

No.	Pertanyaan	Jawaban
10.	Anda termasuk penggemar <i>casual listener</i> atau seorang penggemar yang ikut dalam komunitas fandom tertentu?	Seorang penggemar
11.	Anda telah mengikuti K-Pop dari tahun berapa?	Dari tahun 2017
12.	Apakah Anda termasuk penggemar yang akan membeli <i>merchandise</i> yang berkaitan dengan <i>idol</i> favorit Anda?	Iya
13.	Apakah Anda suka melakukan misi atau tantangan harian mingguan, jika ada hadiah atau <i>reward</i> ?	Ya saya suka karena ada rewardnya dan saya bahagia
14.	Jika terdapat tantangan setiap hari dan mendapatkan hadiah eksklusif, apakah Anda akan terus mengikutinya?	Ya pasti karena hadiah itu sangat membuat hati itu kayak gimana ya? Bikin menarik lah.
15.	Jika Anda sering berbelanja dan akan naik level <i>member</i> dengan tawaran hadiah atau <i>reward</i> , apakah Anda akan terus mengikutinya?	Ya, saya akan mengikuti terus sampai mendapatkan keuntungan tersebut.
16.	Sekarang saya ingin fokus pada pengalaman yang Anda dapatkan saat menggunakan fitur-fitur tersebut. Bagaimana Anda mendeskripsikan	Menyenangkan dan tidak akan membuat bosan suatu orang untuk mengunjungi aplikasi tersebut.

No.	Pertanyaan	Jawaban
	pengalaman Anda ketika menggunakan fitur gamifikasi dalam konteks belanja <i>merchandise</i> ?	
17.	Mengapa Anda mendeskripsikan seperti itu?	Ya, karena saya sebagai pengguna memperhatikan dan banyak yang saya sukai.
18.	Apakah Anda akan tertarik mencoba kuis K-Pop setiap hari seputar K-Pop 1x sehari, jika benar ketika menjawab akan mendapatkan misteri <i>box</i> yang dapat berupa points atau <i>reward</i> ?	Ya karena saya suka dengan K-pop karena itu menarik buat saya.
19.	Seperti apa bentuk “penghargaan” atau “ <i>reward</i> ” yang terasa seru bagi Anda? (misal: <i>voucher</i> potongan harga, gratis ongkir, dsb)	Potongan harga atau voucher yang diberikan
20.	Jika <i>reward</i> tersebut dicapai dengan mengikuti setiap hari quiz tersebut, apakah Anda akan mengikutinya?	Ya saya akan mengikutinya.
21.	Dalam pengalaman Anda saat menggunakan aplikasi belanja yang memiliki elemen gamifikasi (misalnya: misi, <i>point</i> , <i>badge</i> , level)	ya suka jadi tertantang

No.	Pertanyaan	Jawaban
	a. Bagaimana fitur tersebut membuat Anda merasa punya kebebasan dalam pilihan dan tertantang (misalnya dari misi & tantangan)?	
	b. Bagaimana fitur tersebut membuat Anda merasa lebih terhubung dengan pengguna lain atau komunitas <i>fans</i> ?	Bisa memberikan tahu ke orang lain dan share kalau bisa memberikan reward dan diskon kepada pembelinya.
22.	Dari elemen berikut, mana yang paling menarik bagi Anda? (<i>Point, reward, Level member, leaderboard, misi & tantangan</i>)?	Misi dan tantangan
23.	Tantangan atau kekurangan apa yang Anda rasakan saat menggunakan aplikasi dengan fitur-fitur gamifikasi seperti ini?	Tidak dapat diselesaikan
24.	Dari semua yang Anda ketahui dari aplikasi yang ada di Indonesia yang menggunakan gamifikasi, fitur mana yang paling rekomendasi dan yang paling Anda sukai yang harus ada pada aplikasi ini?	Voucher potongan harga

No.	Pertanyaan	Jawaban
25.	Apakah elemen-elemen ini memotivasi Anda untuk lebih sering menggunakan aplikasi? Mengapa dan Bagaimana hal tersebut memotivasi Anda?	Ya, karena memiliki banyak fitur dan bisa memberi reward kepada pembelinya.
26.	Apa saranmu agar fitur gamifikasi di aplikasi toko <i>merchandise</i> K-Pop bisa lebih menyenangkan dan bikin Anda semangat? Dalam bentuk apa?	Misi dan tantangan Serta mendapatkan reward atau poin yang dipakai

Transkrip Wawancara 9

Nama: Estry

Usia: 24 Tahun

Fandom: EXO-L dari EXO

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Jika Anda tertarik dengan <i>merchandise</i> K-Pop grup favorit Anda, Apa kendala Anda jika ingin membeli <i>merchandise</i> K-Pop yang <i>original</i> di Indonesia?	Kalo kendalanya sih pertama dari segi harga ya karena kan kalau pengiriman dari Korea itu nanti kena biaya kirim, kena pajak juga dari biaya cukai. Nah selain itu kalau beli yang ada di Indonesia itu rawan banget adanya penipuan. Sekarang itu kan banyak banget ya Kita beli di online shop pun pengirimannya nanti belum tentu pas sampai di rumah itu barengnya ori gitu.

No.	Pertanyaan	Jawaban
2.	Bagaimana menurut Anda agar dapat mengatasi permasalahan tersebut?	Harusnya sih ada aplikasi khusus ya kayak misal dibikin aplikasi khusus untuk fandom-fandom K-pop ini yang langsung ngelink ke Korea. Jadi aplikasinya itu menyediakan semua merchandise-merchandise yang dibutuhin oleh para K-popers.
3.	Apa Anda sebelumnya pernah menggunakan gamifikasi di aplikasi <i>mobile</i> khususnya <i>e-commerce</i> ?? Aplikasi apa yang sering Anda gunakan??	Pernah Biasanya sih Shopee sama Lazada
4.	Apakah Anda merasa tertarik untuk membeli atau mengoleksi <i>merchandise</i> K-Pop melalui aplikasi? Mengapa?	Tertarik banget karena kan merasa lebih tertolong, lebih gampang untuk mendapatkannya.
5.	Pengalaman apa yang Anda rasakan ketika menggunakan aplikasi tanpa adanya gamifikasi? contohnya seperti pada aplikasi A yang hanya menyediakan transaksi jual beli tanpa adanya gamifikasi yang seperti Anda ketahui	Kalau menurut saya aplikasi tanpa gamifikasi itu jadi kayak monoton dan kurang menarik. Setelah itu kan kalau monoton dan nggak menarik saya bukannya itu kalau butuh nyari barang tertentu saja
6.	Jika terdapat fitur gamifikasi dalam aplikasi penjualan <i>merchandise</i> K-Pop apa yang akan Anda	Poinnya sih. Kalau banyak poin kan nanti potongan harganya juga makin banyak.

No.	Pertanyaan	Jawaban
	nantikan? (contohnya: <i>reward</i> potongan harga, <i>point</i> , mendapatkan <i>merchandise</i> eksklusif)	
7.	Jika Anda ingin lebih semangat berbelanja atau mengoleksi <i>merchandise</i> , apakah kamu akan tertarik menggunakan aplikasi yang dilengkapi sistem gamifikasi di masa depan? Mengapa?	Tertarik banget karena keuntungan yang didapatkan juga banyak.
8.	Hal apa yang bisa mendorong Anda untuk aktif mengunjungi aplikasi tersebut secara rutin, walaupun tidak selalu untuk belanja?	Biasanya sih untuk scroll-scroll produk baru yang lucu-lucu dan menarik terus membeli kemudian memberikan ulasan ke produk
9.	Jika suatu aplikasi memberi <i>points</i> atas aktivitas tertentu, aktivitas apa yang menurut Anda pantas diberi <i>point</i> atau <i>reward</i> ? (Contoh: membuka aplikasi tiap hari dan beli produk, menjelajahi halaman)	Untuk itu kalau buka aplikasi setiap hari, terus ketika belanja sama mengulas produk
10.	Anda termasuk penggemar <i>casual listener</i> atau seorang penggemar yang ikut dalam komunitas fandom tertentu?	Kalau saya sih dua-duanya
11.	Anda telah mengikuti K-Pop dari tahun berapa?	Dari tahun 2014.

No.	Pertanyaan	Jawaban
12.	Apa Anda termasuk penggemar yang akan membeli <i>merchandise</i> yang berkaitan dengan <i>idol</i> favorit Anda?	Iya, kalau ada uang lebih pasti beli
13.	Apakah Anda suka melakukan misi atau tantangan harian mingguan, jika ada hadiah atau <i>reward</i> ?	Suka banget
14.	Jika terdapat tantangan setiap hari dan mendapatkan hadiah eksklusif, apakah Anda akan terus mengikutinya?	Kalau tidak ada kesibukan sih pasti ikut ya.
15.	Jika Anda sering berbelanja dan akan naik level <i>member</i> dengan tawaran hadiah atau <i>reward</i> , apakah Anda akan terus mengikutinya?	Akan mengikuti
16.	Sekarang saya ingin fokus pada pengalaman yang Anda dapatkan saat menggunakan fitur-fitur tersebut. Bagaimana Anda mendeskripsikan pengalaman Anda ketika menggunakan fitur gamifikasi dalam konteks belanja <i>merchandise</i> ?	Itu sih pas kita buka aplikasi ya Kan jadi lebih menarik karena banyak fitur baru yang unik dan berbagai macam keuntungan yang ditawarkan itu jadi bikin senang untuk buka-buka lagi.
17.	Mengapa Anda mendeskripsikan seperti itu?	Sebagai pengguna sih, kayak lebih diperhatikan aja minat-minatkan konsumen itu kayak bagaimana

No.	Pertanyaan	Jawaban
18.	Apakah Anda akan tertarik mencoba kuis K-Pop setiap hari seputar K-Pop 1x sehari, jika benar ketika menjawab akan mendapatkan misteri <i>box</i> yang dapat berupa points atau <i>reward</i> ?	Tertarik banget sih pastinya
19.	Seperti apa bentuk “penghargaan” atau “ <i>reward</i> ” yang terasa seru bagi Anda? (misal: <i>voucher</i> potongan harga, gratis ongkir, dsb)	Yang pertama pasti potongan harga ya, kemudian benefit produk eksklusif sama potongan biaya ongkir.
20.	Jika <i>reward</i> tersebut dicapai dengan mengikuti setiap hari quiz tersebut, apakah Anda akan mengikutinya?	Akan mengikuti kalau ada waktu luang.
21.	Dalam pengalaman Anda saat menggunakan aplikasi belanja yang memiliki elemen gamifikasi (misalnya: misi, <i>point</i> , <i>badge</i> , level) a. Bagaimana fitur tersebut membuat Anda merasa punya kebebasan dalam pilihan dan tertantang (misalnya dari misi & tantangan)?	Itu sih, karena di fiturnya itu kan nggak ada unsur paksaan, Jadi bisa bebas milih. Mau misi atau tantangan mana aja yang kita sukai.

No.	Pertanyaan	Jawaban
	b. Bagaimana fitur tersebut membuat Anda merasa lebih terhubung dengan pengguna lain atau komunitas <i>fans</i> ?	Itu sih Biasanya kan kalau penggemar itu biasanya saling share info, ada fitur baru nih ada benefitnya ini ini ini begitu
22.	Dari elemen berikut, mana yang paling menarik bagi Anda? (<i>Point, reward, Level member, leaderboard, misi & tantangan</i>)?	Lebih poin dan reward yang didapat sih
23.	Tantangan atau kekurangan apa yang Anda rasakan saat menggunakan aplikasi dengan fitur-fitur gamifikasi seperti ini?	Kadang kalau terlalu banyak fitur itu suka bingung, Terus kan aplikasinya jadi agak berat ya pasti
24.	Dari semua yang Anda ketahui dari aplikasi yang ada di Indonesia yang menggunakan gamifikasi, fitur mana yang paling rekomendasi dan yang paling Anda sukai yang harus ada pada aplikasi ini?	Daily check-in nanti dapat poin terus dapat potongan harga.
25.	Apakah elemen-elemen ini memotivasi Anda untuk lebih sering menggunakan aplikasi? Mengapa dan Bagaimana hal tersebut memotivasi Anda?	lebih memotivasi untuk membuka terus karena kan benefit yang ditawarkan juga menarik ya jadi semakin semangat untuk membuka terus

No.	Pertanyaan	Jawaban
26.	Apa saranmu agar fitur gamifikasi di aplikasi toko <i>merchandise</i> K-Pop bisa lebih menyenangkan dan bikin Anda semangat? Dalam bentuk apa?	Daily check-in ya kayaknya lebih gampang sih, tinggal buka aplikasi klik udah

Transkrip Wawancara 10

Nama: Syifa

Usia: 29 Tahun

Fandom: Carat dari Seventeen

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Jika Anda tertarik dengan <i>merchandise</i> K-Pop grup favorit Anda, Apa kendala Anda jika ingin membeli <i>merchandise</i> K-Pop yang <i>original</i> di Indonesia?	Kendalanya kalau dijual di Indonesia kan suka agak mahal ya kalau khusus <i>merchandise</i> dan agak susah juga untuk nyari official kalo di Indonesia kalau PO harus menunggu agak lama

No.	Pertanyaan	Jawaban
2.	Bagaimana menurut Anda agar dapat mengatasi permasalahan tersebut?	Mungkin bisa diadakan satu aplikasi yang khusus untuk menjual merchandise kpopers yang bisa lebih terpercaya gitu dengan fitur-fitur yang menarik.
3.	Apa Anda sebelumnya pernah menggunakan gamifikasi di aplikasi <i>mobile</i> khususnya <i>e-commerce</i> ?? Aplikasi apa yang sering Anda gunakan??	Yang sering aku gunakan Shopee
4.	Apakah Anda merasa tertarik untuk membeli atau mengoleksi <i>merchandise</i> K-Pop melalui aplikasi? Mengapa?	Tertarik sih kalau untuk aplikasi khususnya merchandise-nya
5.	Pengalaman apa yang Anda rasakan ketika menggunakan aplikasi tanpa adanya gamifikasi? contohnya seperti pada aplikasi A yang hanya menyediakan transaksi jual beli tanpa adanya gamifikasi yang seperti Anda ketahui	Monoton sih ya, soalnya kalau ada gamifikasi itu kan banyak benefit-benefitnya ya kayak potongan harga terus voucher ongkir begitu
6.	Jika terdapat fitur gamifikasi dalam aplikasi penjualan <i>merchandise</i> K-Pop apa yang akan Anda nantikan? (contohnya: <i>reward</i> potongan harga, <i>point</i> , mendapatkan <i>merchandise</i> eksklusif)	Kalau yang saya inginkan biasanya sih voucher potongan harga atau gratis ongkir aja sih begitu

No.	Pertanyaan	Jawaban
7.	Jika Anda ingin lebih semangat berbelanja atau mengoleksi <i>merchandise</i> , apakah kamu akan tertarik menggunakan aplikasi yang dilengkapi sistem gamifikasi di masa depan? Mengapa?	Tertarik sih, kan lumayan ya mendapat keuntungan dari berbelanja
8.	Hal apa yang bisa mendorong Anda untuk aktif mengunjungi aplikasi tersebut secara rutin, walaupun tidak selalu untuk belanja?	Biasanya sih kayak daily check-in.
9.	Jika suatu aplikasi memberi <i>points</i> atas aktivitas tertentu, aktivitas apa yang menurut Anda pantas diberi <i>point</i> atau <i>reward</i> ? (Contoh: membuka aplikasi tiap hari dan beli produk, menjelajahi halaman)	Daily check-in sih Sama ya belanja dikit-dikit
10.	Anda termasuk penggemar <i>casual listener</i> atau seorang penggemar yang ikut dalam komunitas fandom tertentu?	Aku penggemar yang masuk dalam komunitas fandom tertentu.
11.	Anda telah mengikuti K-Pop dari tahun berapa?	Dari tahun 2023, kalau nggak salah

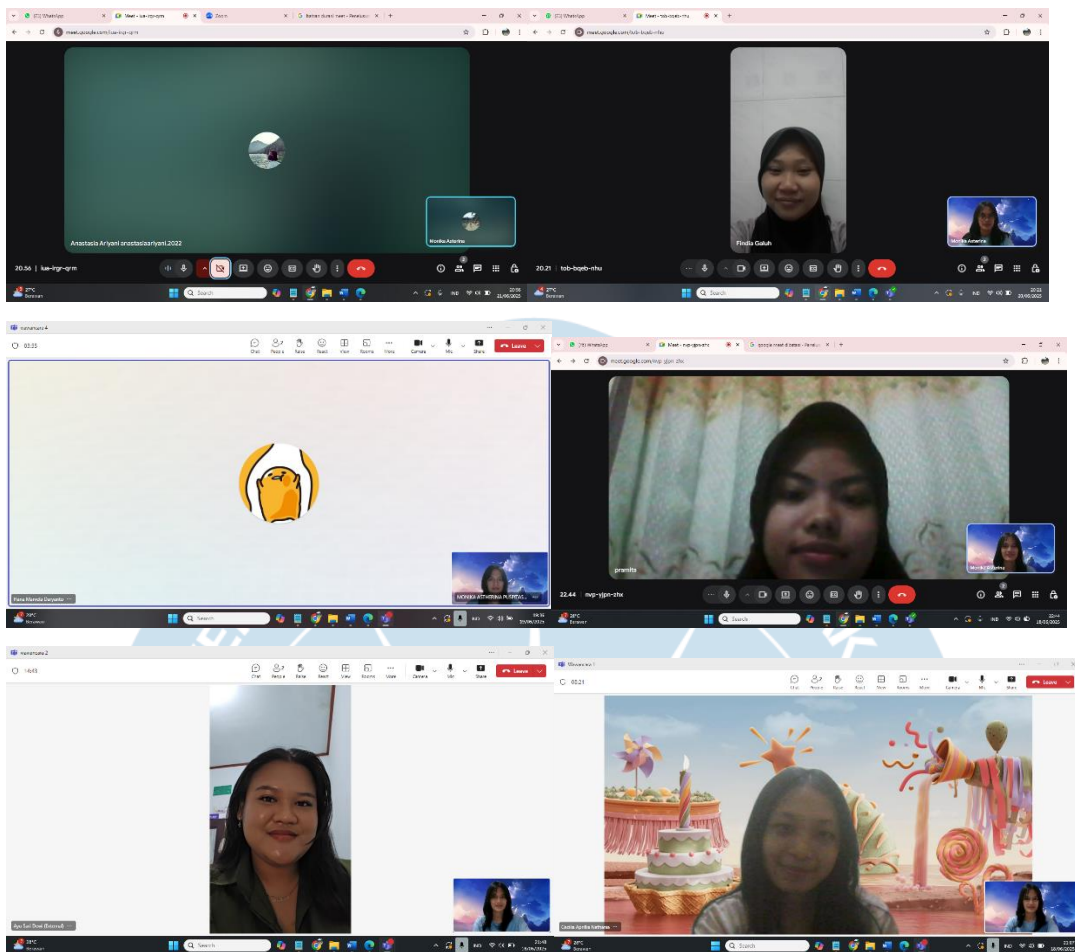
No.	Pertanyaan	Jawaban
12.	Apa Anda termasuk penggemar yang akan membeli <i>merchandise</i> yang berkaitan dengan <i>idol</i> favorit Anda?	Iya sih
13.	Apakah Anda suka melakukan misi atau tantangan harian mingguan, jika ada hadiah atau <i>reward</i> ?	Kalau harian kayaknya nggak ya paling ya mingguan
14.	Jika terdapat tantangan setiap hari dan mendapatkan hadiah eksklusif, apakah Anda akan terus mengikutinya?	Kemungkinan sih iya, karena lumayan hadiah eksklusifnya
15.	Jika Anda sering berbelanja dan akan naik level <i>member</i> dengan tawaran hadiah atau <i>reward</i> , apakah Anda akan terus mengikutinya?	Kalau terus berbelanja tergantung dana sih ya. Tapi ya kemungkinan iya sih
16.	Sekarang saya ingin fokus pada pengalaman yang Anda dapatkan saat menggunakan fitur-fitur tersebut. Bagaimana Anda mendeskripsikan pengalaman Anda ketika menggunakan fitur gamifikasi dalam konteks belanja <i>merchandise</i> ?	Bisa jadi menyenangkan karena enggak akan monoton saat buka aplikasinya.
17.	Mengapa Anda mendeskripsikan seperti itu?	Karena ya sebagai pembeli <i>merchandise</i> ya kan lumayan ya kalau dapat voucher diskon gitu.

No.	Pertanyaan	Jawaban
18.	Apakah Anda akan tertarik mencoba kuis K-Pop setiap hari seputar K-Pop 1x sehari, jika benar ketika menjawab akan mendapatkan misteri <i>box</i> yang dapat berupa points atau <i>reward</i> ?	Kemungkinan iya karena itu menarik.
19.	Seperti apa bentuk “penghargaan” atau “ <i>reward</i> ” yang terasa seru bagi Anda? (misal: <i>voucher</i> potongan harga, gratis ongkir, dsb)	Kayak voucher gratis, ongkir dan potongan harga
20.	Jika <i>reward</i> tersebut dicapai dengan mengikuti setiap hari quiz tersebut, apakah Anda akan mengikutinya?	Kemungkinan iya
21.	Dalam pengalaman Anda saat menggunakan aplikasi belanja yang memiliki elemen gamifikasi (misalnya: misi, <i>point</i> , <i>badge</i> , level) a. Bagaimana fitur tersebut membuat Anda merasa punya kebebasan dalam pilihan dan tertantang (misalnya dari misi & tantangan)?	Iya, bagaimana karena ya fiturnya kan seru ya Kayak ada check-in dan scroll barang gitu. Jadi ya bebas gitu bisa milih mau gamifikasi apa tantangan apa gitu

No.	Pertanyaan	Jawaban
	b. Bagaimana fitur tersebut membuat Anda merasa lebih terhubung dengan pengguna lain atau komunitas <i>fans</i> ?	Kita bisa ngasih tahu kalau ada barang ini nih o ada yang bagus jadi bisa sharing saling sharing
22.	Dari elemen berikut, mana yang paling menarik bagi Anda? (<i>Point, reward, Level member, leaderboard, misi & tantangan</i>)?	Poin sama level member sih paling menarik.
23.	Tantangan atau kekurangan apa yang Anda rasakan saat menggunakan aplikasi dengan fitur-fitur gamifikasi seperti ini?	Tantangan ya Kayaknya sih lebih ke daily check-in ya. Soalnya kan emang aku juga agak jarang buka-buka. Shopee juga sih sama aku scroll sih ya sering kalau saat buka aplikasinya
24.	Dari semua yang Anda ketahui dari aplikasi yang ada di Indonesia yang menggunakan gamifikasi, fitur mana yang paling rekomendasi dan yang paling Anda sukai yang harus ada pada aplikasi ini?	Hmm, apa ya fitur fitur ini sih bagi sosmed, mungkin ya Atau fitur nge-scroll Barang-barang gitu
25.	Apakah elemen-elemen ini memotivasi Anda untuk lebih sering menggunakan aplikasi? Mengapa dan Bagaimana hal tersebut memotivasi Anda?	Hmm, lumayan sih

No.	Pertanyaan	Jawaban
26.	Apa saranmu agar fitur gamifikasi di aplikasi toko <i>merchandise</i> K-Pop bisa lebih menyenangkan dan bikin Anda semangat? Dalam bentuk apa?	Hmm apa ya kalau saran saya sih kayak daily check-in gitu terus bisa misi tantangan dapat point reward juga bisa oke Sama level member sih. yang pasti sih kan lumayan kalau semakin tinggi level pasti rewardnya juga semakin banyak.

Dokumentasi Wawancara



Daftar hasil evaluasi heuristik

Pakar 1

Gamification Heuristic Evaluation Checklist

Nama: Miftahul Madya

Pekerjaan: Product Manager

Penjelasan pengisian:

5 : Sangat Setuju

4 : Setuju

3 : Netral

2 : Tidak Setuju

1 : Sangat Tidak Setuju

Keterangan: menambahkan catatan tambahan

Link Figma:

<https://www.figma.com/proto/PdAP38CnMecvIYV7Xv8UaR/TOKO-ONLINE-MERCHANDISE-KPOP?node-id=1112-202&p=f&t=Rx39WSydpCr5PhU-1&scaling=scale-down&content-scaling=fixed&page-id=1106%3A80&starting-point-node-id=1112%3A202>

Contoh pengisian tabel:

No.	Pernyataan	5	4	3	2	1	Keterangan
			V				

No.	Kategori	Dimensi	Heuristik Gamifikasi	Pertanyaan	5	4	3	2	1	Keterangan
1.	Heuristik Intrinsik Motivasi	Completeness and mastery	I7 (Achievement)	Apakah sistem memungkinkan pengguna untuk melacak pencapaian atau tujuan yang telah diselesaikan?	V					
2.		Autonomy and creativity	I8 (choice)	Apakah sistem memungkinkan pengguna memilih tujuan dan tugas mereka secara bebas?		V				
3.		Relatedness	I13 (Social competition)	Apakah sistem menawarkan cara bagi pengguna untuk membandingkan diri mereka dengan orang lain?			V			
4.	Heuristik Ekstrinsik Motivasi	Ownership and Rewards	E2 (Rewards)	Apakah sistem memberikan penghargaan kepada pengguna karena menyelesaikan tugas atau mencapai tujuan mereka?	V					
5.				Apakah sistem memberikan penghargaan kepada pengguna untuk penggunaan yang berkelanjutan?		V				
6.				Apakah imbalan itu berarti dan berguna bagi pengguna?		V				
7.		Loss Avoidance	E3 (Virtual Economy)	Apakah sistem memungkinkan pengguna menukar hadiah dengan hadiah nyata?	V					
8.			E5 (Loss Avoidance)	Apakah sistem ini memiliki tugas yang berbatas waktu, yang membuat pengguna kehilangan kesempatan jika tidak diselesaikan tepat waktu?				V		
9.				Apakah pengguna merasa mereka akan kehilangan sesuatu kecuali mereka terus menggunakan sistem tersebut secara terus-menerus?				V		
10.				Apakah sistem ini membuat pengguna merasa bahwa mereka harus terus			V			

No.	Kategori	Dimensi	Heuristik Gamifikasi	Pertanyaan	5	4	3	2	1	Keterangan
				menggunakan sistem tersebut karena jumlah waktu atau usaha yang sudah diinvestasikan?						
11.	Heuristik Tergantung Konteks	Feedback	C1 (Clear Feedback)	Apakah umpan balik selalu jelas dan dapat dipahami?	V					
12.				Apakah umpan balik selalu menjelaskan dengan tepat apa yang telah terjadi?	V					
13.			C3 (Graspable Progress)	Apakah sistem selalu dengan jelas memberitahukan pengguna tentang posisi mereka dalam kemajuan dan kepemilikan?	V					

Pakar 2

Gamification Heuristic Evaluation Checklist

Nama: M. Octaviano Pratama

Pekerjaan: CEO PT. BISA ARTIFISIAL INDONESIA

Penjelasan pengisian:

5 : Sangat Setuju

4 : Setuju

3 : Netral

2 : Tidak Setuju

1 : Sangat Tidak Setuju

Keterangan: menambahkan catatan tambahan

Link Figma:

<https://www.figma.com/proto/PdAP38CnMecvLYV7Xv8UaR/TOKO-ONLINE-MERCHANDISE-KPOP?node-id=1112-202&p=f&t=Rx39WSydpCr5PhU-1&scaling=scale-down&content-scaling=fixed&page-id=1106%3A80&starting-point-node-id=1112%3A202>

Contoh pengisian tabel:

No.	Pernyataan	5	4	3	2	1	Keterangan
			V				

No.	Kategori	Dimensi	Heuristik Gamifikasi	Pertanyaan	5	4	3	2	1	Keterangan
1.	Heuristik Intrinsik Motivasi	Completeness and mastery	I7 (Achievement)	Apakah sistem memungkinkan pengguna untuk melacak pencapaian atau tujuan yang telah diselesaikan?	V					
2.		Autonomy and creativity	I8 (choice)	Apakah sistem memungkinkan pengguna memilih tujuan dan tugas mereka secara bebas?		V				
3.		Relatedness	I13 (Social competition)	Apakah sistem menawarkan cara bagi pengguna untuk membandingkan diri mereka dengan orang lain?	V					
4.	Heuristik Ekstrinsik Motivasi	Ownership and Rewards	E2 (Rewards)	Apakah sistem memberikan penghargaan kepada pengguna karena menyelesaikan tugas atau mencapai tujuan mereka?	V					

No.	Kategori	Dimensi	Heuristik Gamifikasi	Pertanyaan	5	4	3	2	1	Keterangan
5.				Apakah sistem memberikan penghargaan kepada pengguna untuk penggunaan yang berkelanjutan?	V					
6.				Apakah imbalan itu berarti dan berguna bagi pengguna?	V					
7.			E3 (Virtual Economy)	Apakah sistem memungkinkan pengguna menukar hadiah dengan hadiah nyata?		V				
8.		Loss Avoidance	E5 (Loss Avoidance)	Apakah sistem ini memiliki tugas yang terbatas waktu, yang membuat pengguna kehilangan kesempatan jika tidak diselesaikan tepat waktu?		V				
9.				Apakah pengguna merasa mereka akan kehilangan sesuatu kecuali mereka terus menggunakan sistem tersebut secara terus-menerus?			V			
10.				Apakah sistem ini membuat pengguna merasa bahwa mereka harus terus menggunakan sistem tersebut karena jumlah waktu atau usaha yang sudah diinvestasikan?	V					
11.	Heuristik Tergantung Konteks	Feedback	C1 (Clear Feedback)	Apakah umpan balik selalu jelas dan dapat dipahami?		V				
12.				Apakah umpan balik selalu menjelaskan dengan tepat apa yang telah terjadi?	V					
13.			C3 (Graspable Progress)	Apakah sistem selalu dengan jelas memberitahukan pengguna tentang posisi mereka dalam kemajuan dan kepemilikan?	V					



Pakar 3

Gamification Heuristic Evaluation Checklist

Nama: Ichsan Eka Pratama

Pekerjaan: Graphic Designer

Penjelasan pengisian:

5 : Sangat Setuju

4 : Setuju

3 : Netral

2 : Tidak Setuju

1 : Sangat Tidak Setuju

Keterangan: menambahkan catatan tambahan

Link Figma:

<https://www.figma.com/proto/PdAP38CnMacyLlYV7Xv8UaR/TOKO-ONLINE-MERCHANDISE-KPOP?node-id=1112-202&p=f&t=Rx39WSydlppCr5PhU-1&scaling=scale-down&content-scaling=fix&page-id=1106%3A80&starting-point-node-id=1112%3A202>

Contoh pengisian tabel:

No.	Pernyataan	5	4	3	2	1	Keterangan
			V				

No.	Kategori	Dimensi	Heuristik Gamifikasi	Pertanyaan	5	4	3	2	1	Keterangan
1.	Heuristik Intrinsik Motivasi	Completeness and mastery	I7 (Achievement)	Apakah sistem memungkinkan pengguna untuk melacak pencapaian atau tujuan yang telah diselesaikan?		V				
2.		Autonomy and creativity	I8 (choice)	Apakah sistem memungkinkan pengguna memilih tujuan dan tugas mereka secara bebas?		V				
3.		Relatedness	I13 (Social competition)	Apakah sistem menawarkan cara bagi pengguna untuk membandingkan diri mereka dengan orang lain?	V					
4.	Heuristik Ekstrinsik Motivasi	Ownership and Rewards	E2 (Rewards)	Apakah sistem memberikan penghargaan kepada pengguna karena menyelesaikan tugas atau mencapai tujuan mereka?	V					

No.	Kategori	Dimensi	Heuristik Gamifikasi	Pertanyaan	5	4	3	2	1	Keterangan
5.				Apakah sistem memberikan penghargaan kepada pengguna untuk penggunaan yang berkelanjutan?	V					
6.				Apakah imbalan itu berarti dan berguna bagi pengguna?		V				
7.				Apakah sistem memungkinkan pengguna menukar hadiah dengan hadiah nyata?		V				
8.		Loss Avoidance	E5 (Loss Avoidance)	Apakah sistem ini memiliki tugas yang terbatas waktu, yang membuat pengguna kehilangan kesempatan jika tidak diselesaikan tepat waktu?		V				
9.				Apakah pengguna merasa mereka akan kehilangan sesuatu kecuali mereka terus menggunakan sistem tersebut secara terus-menerus?			V			
10.				Apakah sistem ini membuat pengguna merasa bahwa mereka harus terus menggunakan sistem tersebut karena jumlah waktu atau usaha yang sudah diinvestasikan?		V				
11.	Heuristik Tergantung Konteks	Feedback	C1 (Clear Feedback)	Apakah umpan balik selalu jelas dan dapat dipahami?		V				
12.			C3 (Graspable Progress)	Apakah umpan balik selalu menjelaskan dengan tepat apa yang telah terjadi?	V					
13.				Apakah sistem selalu dengan jelas memberitahukan pengguna tentang posisi mereka dalam kemajuan dan kepemilikan?	V					

Pakar 4

Gamification Heuristic Evaluation Checklist

Nama: Fitri Aditri

Pekerjaan: Business Development BISA AI

Penjelasan pengisian:

5 : Sangat Setuju

4 : Setuju

3 : Netral

2 : Tidak Setuju

1 : Sangat Tidak Setuju

Keterangan: menambahkan catatan tambahan

Link Figma:

<https://www.figma.com/proto/PdAP38CnMecvLV7Xv8UaR/TOKO-ONLINE-MERCHANDISE-KPOP?node-id=1112-202&p=f&t=Rx39WSydpCrf5PhU-1&scaling=scale-down&content-scaling=fixed&page-id=1106%3A80&starting-point-node-id=1112%3A202>

Contoh pengisian tabel:

No.	Pernyataan	5	4	3	2	1	Keterangan
			V				

No.	Kategori	Dimensi	Heuristik Gamifikasi	Pertanyaan	5	4	3	2	1	Keterangan
1.	Heuristik Intrinsik Motivasi	Completeness and mastery:	I7(Achievement)	Apakah sistem memungkinkan pengguna untuk melacak pencapaian atau tujuan yang telah diselesaikan?		V				
2.		Autonomy and creativity	I8(choice)	Apakah sistem memungkinkan pengguna memilih tujuan dan tugas mereka secara bebas?		V				
3.		Relatedness	I13 (Social competition)	Apakah sistem menawarkan cara bagi pengguna untuk membandingkan diri mereka dengan orang lain?	V					
4.	Heuristik Ekstrinsik Motivasi	Ownership and Rewards	E2 (Rewards)	Apakah sistem memberikan penghargaan kepada pengguna karena menyelesaikan tugas atau mencapai tujuan mereka?	V					
5.				Apakah sistem memberikan penghargaan kepada pengguna untuk penggunaan yang berkelanjutan?		V				
6.				Apakah imbalan itu berarti dan berguna bagi pengguna?		V				
7.		Loss Avoidance	E3 (Virtual Economy)	Apakah sistem memungkinkan pengguna menukar hadiah dengan hadiah nyata?		V				
8.			E5 (Loss Avoidance)	Apakah sistem ini memiliki tugas yang terbatas waktu, yang membuat pengguna kehilangan kesempatan jika tidak diselesaikan tepat waktu?	V					
9.				Apakah pengguna merasa mereka akan kehilangan sesuatu kecuali mereka terus menggunakan sistem tersebut secara terus-menerus?		V				
10.				Apakah sistem ini membuat pengguna merasa bahwa mereka harus terus	V					

No.	Kategori	Dimensi	Heuristik Gamifikasi	Pertanyaan	5	4	3	2	1	Keterangan
				menggunakan sistem tersebut karena jumlah waktu atau usaha yang sudah diinvestasikan?						
11.	Heuristik Tergantung Konteks	Feedback	C1 (Clear Feedback)	Apakah umpan balik selalu jelas dan dapat dipahami?	V					
12.				Apakah umpan balik selalu menjelaskan dengan tepat apa yang telah terjadi?	V					
13.			C3 (Graspable Progress)	Apakah sistem selalu dengan jelas memberitahukan pengguna tentang posisi mereka dalam kemajuan dan kepemilikan?		V				

Hasil Cek Turnitin

TA Monika AP 211711464.docx			
ORIGINALITY REPORT			
8%	8%	2%	1%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	jurnal.stmik-yadika.ac.id Internet Source		1%
2	kc.umn.ac.id Internet Source		1%
3	dspace.uil.ac.id Internet Source		<1%
4	repository.its.ac.id Internet Source		<1%
5	repositori.uin-alaudidin.ac.id Internet Source		<1%
6	repository.uinjkt.ac.id Internet Source		<1%
7	adoc.pub Internet Source		<1%
8	e-journal.uajy.ac.id Internet Source		<1%
9	repository.polman-babel.ac.id Internet Source		<1%
10	ecampus.poltekkes-medan.ac.id Internet Source		<1%
11	repository.ub.ac.id Internet Source		<1%
12	www.coursehero.com Internet Source		<1%
13	Geofani Waladow, Sary D. E. Paturusi, Arie S. M. Lumenta. "DESAIN PORTAL E-LEARNING BERDASARKAN HASIL ANALISIS USER EXPERIENCE UNTUK MENENTUKAN USABILITY MENGGUNAKAN METODE HEURISTIC EVALUATION", Jurnal Teknik Informatika, 2024 Publication		<1%

Form Revisi Tugas Akhir

Nama : Monika Astherina Puspitasari

NIM : 211711464

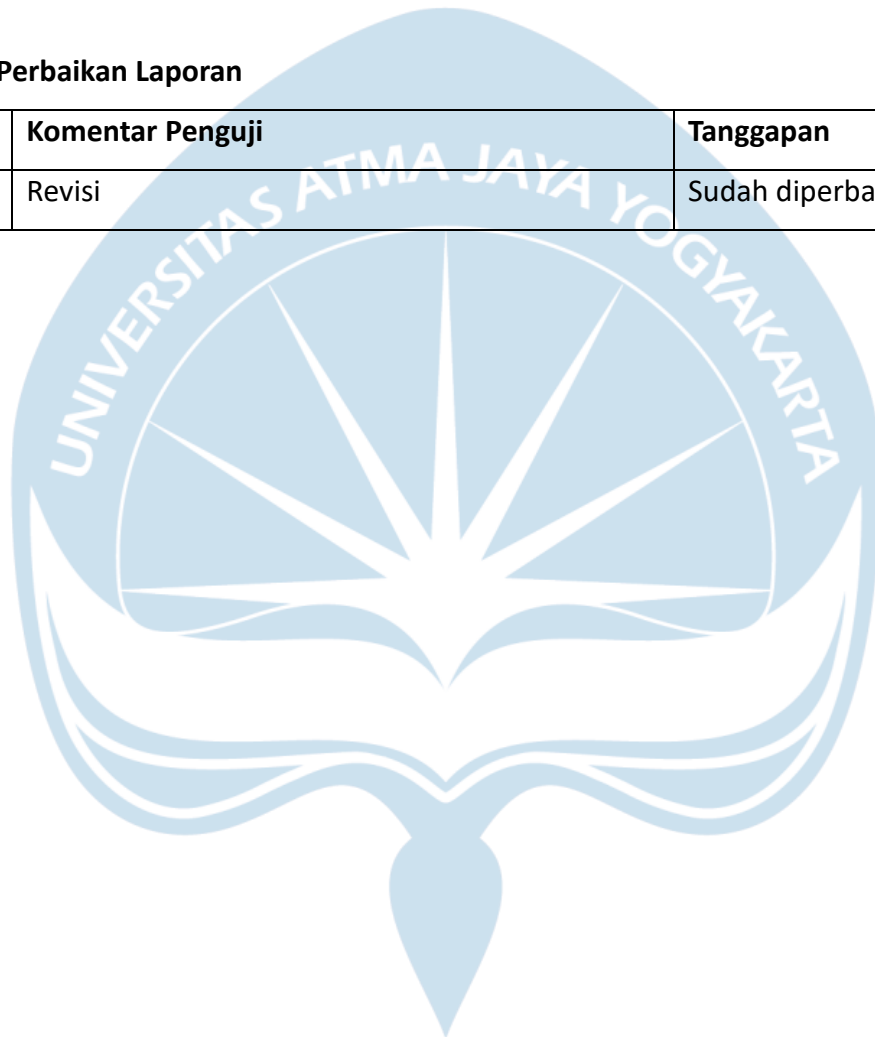
Judul TA : **Perancangan Gamifikasi untuk Toko Online Dengan Metode 6D**

Gamifikasi

Penguji : Dr.Fl. Spty Rahayu, ST., M.Kom.

Tabel Perbaikan Laporan

No.	Komentar Penguji	Tanggapan
1.	Revisi	Sudah diperbaiki



Form Revisi Tugas Akhir

Nama : Monika Astherina Puspitasari

NIM : 211711464

Judul TA : **Perancangan Gamifikasi untuk Toko Online Dengan Metode 6D**

Gamifikasi

Penguji : Generosa Lukhayu Pritalia, S.T., M.Eng.

Tabel Perbaikan Laporan

No.	Komentar Penguji	Tanggapan
1.	Direvisi sesuai dengan saran dan komentar dari penguji	Sudah diperbaiki

Form Revisi Tugas Akhir

Nama : Monika Astherina Puspitasari

NIM : 211711464

Judul TA : Perancangan Gamifikasi untuk Toko Online Dengan Metode 6D

Gamifikasi

Penguji : Elisabeth Marsella, S.S., M.Li.

Tabel Perbaikan Laporan

No.	Komentar Penguji	Tanggapan
1.	Tambahkan penjelasan konteks toko online untuk merchandise K-pop pada latar belakang.	Penjelasan untuk konteks toko online penjualan merchandise K-Pop sudah ditambahkan.
2.	Jelaskan mengapa leveling dibagi menjadi 3 (trainee, rookie, dan idol)! Kaitkan dengan purchasing behaviour fans kpop	Penjelasan mengenai sistem leveling dibagi tiga dan dikaitkan dengan kebiasaan fans K-Pop dalam melakukan pembelian produk sudah dijelaskan dan dikaitkan dengan tambahan jurnal yang relevan.
3.	Penulisan: - ganti logo uajy dengan yang baru. - cek ejaan dan penulisan bahasa asing cek cara sitasi. - pastikan kalimat ditulis secara efektif.	Untuk penulisan sudah diperbaiki dan dicek.

Form Revisi Tugas Akhir

Nama : Monika Astherina Puspitasari

NIM : 211711464

Judul TA : **Perancangan Gamifikasi untuk Toko Online Dengan Metode 6D**

Gamifikasi

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

Tabel Perbaikan Laporan

No.	Komentar Penguji	Tanggapan
1.	Silahkan dilakukan revisi seperti yang disampaikan secara langsung pada ujian TA	Sudah diperbaiki.
2.	Tambahkan Urgensi pembuatan gamifikasi ini, apakah tujuan utamanya adalah meningkatkan penjualan, atau meningkatkan penggunaan atau loyalitas pada produk/layanan tertentu?	Terkait dengan tujuan utama mengenai pembuatan gamifikasi sudah diperbaiki dan terdapat pada langkah pertama pada tahapan 6D.