

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh gamifikasi terhadap loyalitas konsumen pada pengguna fitur *game* di aplikasi Tokopedia. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana penerapan gamifikasi pada aplikasi Tokopedia, bagaimana loyalitas konsumen pengguna fitur *game* pada aplikasi Tokopedia dan seberapa besar pengaruh gamifikasi terhadap loyalitas konsumen pengguna fitur *game* di aplikasi Tokopedia.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif, Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probabilty sampling* jenis *purposive sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear sederhana.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, tanggapan responden terhadap penerapan gamifikasi dan loyalitas konsumen termasuk dalam kategori baik, dengan persentase secara berturut-turut sebesar 72,79% dan 72,95%. Berdasarkan hasil Uji-t, gamifikasi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen pengguna fitur *game* di aplikasi Tokopedia. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} (9,127) > t_{tabel} (1,987)$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Berdasarkan koefisien determinasi besarnya pengaruh gamifikasi terhadap loyalitas konsumen adalah 45,9% dan sisanya 54,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci: Gamifikasi, Loyalitas Konsumen