

**PENGARUH *E-SERVICESCAPE* DAN GAMIFIKASI TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN TOKOPEDIA  
(Studi Pada Pelanggan Tokopedia di Kota Surabaya)**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh:**

**RIAS WINANDA PUTRI KUSNUL APRILIA  
19012010057/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR**

**2023**

**PENGARUH *E-SERVICESCAPE* DAN GAMIFIKASI TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN TOKOPEDIA  
(Studi Pada Pelanggan Tokopedia di Kota Surabaya)**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
UNTUK MENUSUN SKRIPSI S-1 PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



**Diajukan Oleh:**

**RIAS WINANDA PUTRI KUSNUL APRILIA**  
**19012010057/FEB/EM**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SURABAYA**

**2023**

**SKRIPSI**

**PENGARUH E-SERVICESCAPE DAN GAMIFIKASI TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN TOKOPEDIA**

**(Studi pada Pelanggan Tokopedia di Kota Surabaya)**

**Disusun Oleh:**

**RIAS WINANDA PUTRI KUSNUL APRILIA**

**19012010057/FEB/EM**

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi  
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan  
Nasional "Veteran" Jawa Timur**

**Pada Tanggal : 12 Oktober 2023**

**Koordinator Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Pembimbing Utama**

**Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si.**

**NIP. 196901132021212003**

**Dr. Sugeng Purwanto, S.E., M.M.**

**NIP. 196801081989031001**

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**



**Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP**

**NIP. 196304201991032001**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Rias Winanda Putri Kusnul Aprilia  
NPM : 19012010057  
NIK : 3505216004010001  
Tempat/Tanggal Lahir : Blitar, 20 April 2001  
Alamat : Jalan Tambak Asri No.178, RT 15/ RW 06,  
Kelurahan Morokrembangan, Kecamatan  
Krembangan, Kota Surabaya  
Judul Artikel : Pengaruh *E-Servicescape* dan Gamifikasi Terhadap  
Loyalitas Pelanggan Tokopedia (Studi Pada Pelanggan  
Tokopedia Di Kota Surabaya)

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil dari pemikiran sendiri, serta bukan dari saduran/terjemahan/plagiarisme.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari siapapun. Jika di kemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme maka kelulusan akan dibatalkan, saya bersedia dibatalkannya gelar akademik yang telah saya raih.

Surabaya, 12 Oktober 2023

Yang menyatakan,



Rias Winanda Putri Kusnul Aprilia

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan Rahmat, karunia dan tuntunan hidayah-Nyalah penulis mampu menyelesaikan laporan akhir penelitian ini. Sholawat serta salam, semoga tetap tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan semoga kita semua mendapatkan syafa'atnya. Penulis sangat bersyukur dan bahagia dapat menyelesaikan laporan akhir penelitian ini yang berjudul **“PENGARUH E-SERVICESCAPE DAN GAMIFIKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TOKOPEDIA (Studi Pada Pelanggan Tokopedia di Kota Surabaya)”**.

Dalam penulisan laporan akhir penelitian ini penulis menyadari bahwa apa yang penulis tulis ini masih jauh dari kata sempurna, kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan dari pembaca, karena masih banyak keterbatasan baik itu mengenai referensi dan kekurangan lainnya pada teori pembahasan yang kurang luas, namun semoga tetap bisa bermanfaat baik bagi penulis maupun untuk para pembaca. Pada penyusunan laporan akhir penelitian ini, penulis banyak mendapatkan pelajaran baru, dukungan motivasi dari berbagai pihak, serta bantuan berupa bimbingan yang sangat berharga dari berbagai pihak mulai dari pelaksanaan hingga penyusunan laporan akhir penelitian ini.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada orang-orang yang penulis hormati dan sayangi karena telah ikhlas membantu penulis baik itu secara langsung maupun tidak langsung dari awal proses penelitian hingga pembuatan laporan akhir penelitian ini. Ucapan terima kasih ini penulis sampaikan kepada:

1. Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah yang tiada batas dan kepada Rasullulah SAW yang telah memberikan tuntunan akhlak yang mulia.
2. Teristimewa kepada keluarga saya tercinta, kedua orang tua saya Bapak Kuswantoko dan Ibu Yainul Hasanah serta adik saya Novelia Dwi Kusnul Anggraini, terima kasih atas do'a, kasih sayang dan dukungan moril tiada

henti selama pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari tidak dapat membalas segala kebaikan dan kasih sayang dari mereka semua. Oleh karena itu, pencapaian masa pendidikan ini saya persembahkan untuk mereka.

3. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT selaku rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika P., M.SI., CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Ibu Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
6. Bapak Dr. Sugeng Purwanto, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa mengarahkan, membimbing, dan memberikan banyak pengetahuan baru serta selalu memotivasi penulis hingga akhirnya penulis mampu menyelesaikan penelitian ini dengan lancar. Penulis sangat berterima kasih dan berharap semoga kebaikan Bapak dibalas oleh Allah SWT.
7. Seluruh dosen program studi manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembanguan Nasiona “Veteran” Jawa Timur.
8. Teristimewa seluruh keluarga besar di Blitar dan di Surabaya, terima kasih untuk selalu mendo’akan dan memberikan dukungan hingga saat ini.
9. Teristimewa teman-temanku yaitu PTRAV (Putri, Tijun, Vera dan Ayu) yang menemani dan memberikan dukungan tanpa kenal lelah selama di bangku SMP hingga kini, semoga sukses selalu untuk kalian.
10. Fardha Maulidah best partner saya selama masa perkuliahan hingga lulus perkuliahan nanti yang selalu menjadi pendengar, memberi solusi dan memberi semangat kepada saya.
11. Anggun dan Ine sebagai teman seperjuangan yang selalu menemani dan saling memberi dukungan selama empat tahun melakukan studi Manajemen hingga proses penyusunan skripsi berakhir.

12. *Last but not least* untuk diri sendiri karena telah berhasil menghadapi berbagai cobaan selama menyelesaikan usulan penelitian ini, dan pada akhirnya menyelesaika semua ini. Terima kasih diri sendiri.
13. semua pihak penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah banyak membantu hingga terselesainya skripsi ini.

Surabaya, 12 Mei 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR ORISINALITAS .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu .....	12
2.2 Tinjauan Teori.....	17
2.2.1 Pemasaran.....	17
2.2.2 Perilaku Konsumen .....	17
2.2.3 <i>E-commerce</i> .....	18
2.2.4 <i>E-servicescape</i> .....	21
2.2.5 Gamifikasi .....	28
2.2.6 Loyalitas Pelanggan .....	33



2.3 Hubungan Antar Variabel .....	36
2.3.1 Hubungan antar variabel <i>E-servicescape</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	36
2.3.2 Hubungan antar variabel Gamifikasi Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	38
2.4 Kerangka Konseptual .....	40
2.5 Hipotesis.....	40
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	42
3.1.1 Definisi Operasional Variabel.....	42
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	46
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	47
3.2.1 Populasi Penelitian.....	47
3.2.2 Sampel Penelitian.....	47
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.3.1 Jenis Data .....	48
3.3.2 Sumber Data.....	49
3.3.3 Metode Pengumpulan Data.....	49
3.4 Uji Validitas dan Reabilitas .....	50
3.4.1 Uji Validitas .....	50
3.4.2 Uji Reabilitas.....	50
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis .....	51
3.5.1 Teknik Analisis Data.....	51

3.5.2	Model Indikator Refleksif dan Indikator Formatif.....	53
3.5.3	Kegunaan Metode Partial Least Square (PLS).....	56
3.5.4	Cara Kerja Partial Least Square (PLS) .....	57
3.5.5	Langkah-langkah Partial Least Square (PLS) .....	58
3.5.6	Asumsi Sampel .....	66
3.5.7	Ukuran Sampel.....	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		67
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	67
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian .....	69
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	69
4.2.2	Deskripsi Variabel.....	72
4.2.2.1	Deskripsi Variabel <i>E-servicescape</i> (X1).....	72
4.2.2.2	Deskripsi Variabel Gamifikasi (X2) .....	76
4.2.2.3	Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	80
4.3	Deskripsi Hasil Analisis Data .....	81
4.3.1	Evaluasi Outlier.....	81
4.3.2	Intepretasi Hasil Olah Data PLS .....	83
4.3.2.1	Second Order.....	83
4.3.2.2	First Order .....	84
4.3.2.3	Inner Model (Pengujian Model Struktural).....	92
4.3.2.4	Pengujian Hipotesis.....	93
4.3.2.5	Gambar Inner Model .....	94
4.4	Pembahasan.....	95

4.4.1	Pengaruh <i>E-Servicesscape</i> terhadap Loyalitas Pelanggan .....	95
4.4.2	Pengaruh Gamifikasi terhadap Loyalitas Pelanggan.....	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		99
4.1	Kesimpulan .....	99
4.2	Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA .....		101
LAMPIRAN.....		106

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peta <i>E-commerce</i> Indonesia Q2 2022 .....	3
Tabel 1.2 Top Brand Awards, Kategori Situs Jual Beli Online.....	5
Tabel 2.1 Bentuk-Bentuk Interaksi di Dunia Bisnis .....	21
Tabel 2.2 Kerentanan dari Empat Fase Loyalitas Pelanggan.....	35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	69
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	70
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	71
Tabel 4.4 Frekuensi Variabel <i>E-Servicescape</i> .....	72
Tabel 4.5 Frekuensi Variabel Gamifikasi .....	76
Tabel 4.6 Frekuensi Variabel Loyalitas Pelanggan.....	80
Tabel 4.7 Residuals Statistic <sup>a</sup> .....	82
Tabel 4.8 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values) Dimensi dengan Variabel.....	83
Tabel 4.9 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values) .....	85
Tabel 4.10 Cross Loading .....	87
Tabel 4.11 Average variance extracted (AVE) .....	88

Tabel 4.12 Composite Reliability .....	89
Tabel 4.13 Latent Variable Correlations .....	90
Tabel 4.14 R-square .....	92
Tabel 4.15 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values) .....	93

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (Januari 2013 - Januari 2023) .....	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	40
Gambar 3.1 <i>Principal Faktor (Reflective) Model</i> .....	54
Gambar 3.2 Composite Latent Variabel (Formatif) Model .....	56
Gambar 3.3 Langkah Langkah Analisis PLS .....	58
Gambar 3.4 Diagram Jalur <i>Partial Least Square</i> .....	60
Gambar 4.1 Logo Tokopedia .....	67
Gambar 4.2 Gambar Outer Model dengan nilai <i>Factor Loading, Path Coefficients</i> dan <i>R-Square</i> .....	91
Gambar 4.3 Inner Model dengan nilai signifikansi <i>T-Statistic Bootstrapping</i> .....	94

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	106
Lampiran 2. Tabulasi .....	112
Lampiran 3. Tabel Frekuensi dan Uji Outlier .....	113
Lampiran 4. Hasil Olah Data PLS.....	119

**PENGARUH *E-SERVICESCAPE* DAN GAMIFIKASI TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN TOKOPEDIA  
(Studi Pada Pelanggan Tokopedia di Kota Surabaya)**

**OLEH:**

**RIAS WINANDA PUTRI KUSNUL APRILIA**

**19012010057/FEB/EM**

**ABSTRAK**

Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin canggih serta pengguna internet dan perangkat elektronik yang terus bertambah di Indonesia, membuat perkembangan *e-commerce* semakin pesat. Sehingga persaingan para pelaku *e-commerce* semakin ketat. Oleh karena itu perusahaan *e-commerce* berlomba-lomba menciptakan inovasi dan menerapkan strategi pemasaran salah satunya adalah *e-servicescape* dan gamifikasi guna meraih loyalitas pelanggan. Dengan demikian, loyalitas pelanggan merupakan faktor penting bagi perusahaan. Atas dasar pemikiran tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-servicescape* dan gamifikasi terhadap loyalitas pelanggan Tokopedia di Kota Surabaya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang telah memenuhi kriteria sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan pada aplikasi Tokopedia di Kota Surabaya. Teknik Pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan bantuan *software SMART PLS*.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *e-servicescape* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dan gamifikasi berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Temuan lain menunjukkan bahwa Tokopedia memiliki tata letak dan fungsionalitas sebagai aspek *e-servicescape* terbaik, *entertainment* sebagai aspek gamifikasi terbaik

**Kata Kunci : *E-Servicescape, Gamifikasi, Loyalitas Pelanggan, E-Commerce***