

**PENGARUH *GAMIFIKASI, LIVE STREAMING, DAN E-SERVICE QUALITY*
TERHADAP MINAT BELI ULANG PELANGGAN SHOPEE
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UPN “VETERAN” JAWA
TIMUR**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

RIMA DWI FITRIAN
20012010318/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR**

2024

**PENGARUH *GAMIFIKASI, LIVE STREAMING, DAN E-SERVICE*
QUALITY TERHADAP MINAT BELI ULANG PELANGGAN SHOPEE
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UPN
“VETERAN” JAWA TIMUR**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh:

RIMA DWI FITRIAN
20012010318/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR
2024**

SKRIPSI

**PENGARUH GAMIFIKASI, LIVE STREAMING, DAN E-SERVICE QUALITY
TERHADAP MINAT BELI ULANG PELANGGAN SHOPEE PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UPN "VETERAN" JAWA TIMUR**

Disusun Oleh :

RIMA DWI FITRIAN
20012010318 / 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 : 10 Desember 2024

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

Pembimbing Utama


Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si
NIP.196901132021212003


Ugy Soebiantoro, S.E., M.M
NIP. 196708182021211001

**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 TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rima Dwi Fitriani
NPM : 20012010318
Fakultas /Program Studi : FEB/Manajemen
Judul Skripsi/Tugas Akhir : Pengaruh *Gamifikasi, Live Streaming, dan E-Service Quality* Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UPN "Veteran" Jawa Timur

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 10 Desember 2024

Yang Menyatakan



(Rima Dwi Fitriani)
20012010318

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya dalam melancarkan penyelesaian skripsi saya yang berjudul Pengaruh *Gamifikasi, Live streaming, dan E-service quality* Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Upn “Veteran” Jawa Timur. Sebagai syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar sarjana strata satu pada Program Studi Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT., IPU selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si., selaku koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Ugy Soebiantoro, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan motivasi, dukungan, dan waktunya dalam penyusunan usulan penelitian ini.
5. Bapak Egan Evanzha Yudha Amriel, S.Mn.,M.M. selaku Dosen Wali Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
6. Seluruh staff dan Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah membantu dalam proses pengerjaan penelitian ini.

7. Kepada kedua Orang Tua serta kakak yang penulis sayangi. Terima kasih selalu memberikan support, doa, semangat, perhatian, nasihat, dan kasih sayang kepada penulis.
8. Kepada Dyah Nur Astutik dan Nur Suranti sahabat seperjuangan penulis selama berkuliah di UPN “Veteran” Jawa Timur, yang selalu memberikan doa, dukungan, selalu menjadi pendengar cerita dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada seseorang yang tidak bisa penulis sebutkan namanya, terimakasih telah menjadi bagian menyenangkan dan menyakitkan pada saat proses penyusunan skripsi dan menjadi proses pendewasaan penulis. Terimakasih telah mengisi cerita penulis.
10. Kepada diri saya sendiri Rima Dwi Fitriani, terimakasih telah bertahan sejauh ini, selalu berusaha merayakan diri sendiri serta mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan mental yang tidak semua orang tahu dan tidak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun prosesnya. Terimakasih telah menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penyusunan penelitian skripsi ini. Oleh karena itu, adanya kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan penulis untuk penyempurnaan penelitian ini. Semoga penelitian dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Surabaya, 20 April 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II.....	15
TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Landasan Teori	19
2.2.1 Pemasaran	19
2.2.2 <i>Gamifikasi</i>	20
2.2.3 <i>Shopee Live streaming</i>	26
2.2.4 <i>E-service quality</i>	29
2.2.5 Minat Beli Ulang.....	32
2.3 Hubungan Antar Variabel	34
2.3.1 Pengaruh <i>Gamifikasi</i> Terhadap Minat Beli Ulang	34
2.3.2 Pengaruh <i>Shopee Live streaming</i> Terhadap Minat Beli Ulang	35
2.3.3 Pengaruh <i>E-service quality</i> Terhadap Minat Beli Ulang.....	36
2.4 Kerangka Konseptual	37
2.5 Hipotesis	38
BAB III	40
METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	40

3.1.1	Definisi Operasional Variabel	40
3.1.2	Pengukuran Variabel	48
3.2	Teknik Pengambilan Sampel	49
3.2.1	Populasi	49
3.2.2	Sampel	49
3.3	Teknik Pengumpulan Data	52
3.3.1	Jenis Data	52
3.3.2	Sumber Data	53
3.3.3	Metode Pengumpulan Data	53
3.4	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	54
3.4.1	Uji Validitas	54
3.4.2	Uji Reliabilitas	54
3.5	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	55
3.5.1	Teknik Analisis Data	55
3.5.2	Cara Kerja PLS	58
3.5.3	Langkah-Langkah PLS	59
3.5.4	Asumsi PLS	66
3.5.5	Ukuran Sampel	66
BAB IV	67
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	67
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	68
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden	68
4.2.2	Deskripsi Variabel	71
4.3	Deskripsi Hasil Analisis Data	83
4.3.1	Evaluasi Outlier	83
4.3.2	Interpretasi Hasil Olah Data PLS	85
4.4	Pembahasan	98
4.4.1	Pengaruh <i>Gamifikasi</i> Terhadap Minat Beli Ulang	98
4.4.2	Pengaruh <i>Live streaming</i> Terhadap Minat Beli Ulang	99
4.4.3	Pengaruh <i>E-service quality</i> Terhadap Minat Beli Ulang	100

BAB V.....	102
KESIMPULAN DAN SARAN.....	102
4.5 Kesimpulan.....	102
5.2 Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA.....	105
LAMPIRAN.....	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Penelitian Pra-Survey	11
Tabel 3. 1 Skala Bobot Indikator	48
Tabel 3. 2 Data Mahasiswa FEB UPN "Veteran" Jawa Timur.....	49
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	70
Tabel 4. 3 Gamifikasi dan Indikator.....	71
Tabel 4. 4 Live streaming dan Indikator	74
Tabel 4. 5 E-service quality dan Indikator	77
Tabel 4. 6 Minat Beli Ulang dan Indikator	81
<i>Tabel 4. 7 Residuals Statistics^a</i>	84
Tabel 4. 8 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values) Dimensi dengan Variabel.....	85
Tabel 4. 9 Outer Loading (Means, STDEV, T-Values).....	87
Tabel 4. 10 Cross Loading	90
Tabel 4. 11 Average Variance Extracted (AVE)	91
Tabel 4. 12 Composite Reliability.....	92
Tabel 4. 13 Latent Variabel Corelation	93
Tabel 4. 14 R Square	95
Tabel 4. 15 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan Pengguna E-commerce di Indonesia (2017-2023)	2
Gambar 1. 2 E-commerce paling banyak dikunjungi pada tahun 2023	3
Gambar 1. 3 Shopee Games	4
Gambar 1. 4 Artikel Berita Gamifikasi Shopee	6
Gambar 1. 5 Tren Perilaku Belanja Online Jelang Ramadhan 2023	7
Gambar 1. 6 Artikel Berita Live Sale Shopee	8
Gambar 1. 7 Artikel Berita Layanan Shopee	9
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	38
Gambar 3. 1 Principal Factor Reflective Model	57
Gambar 3. 2 Composite Latent Variabel (Formative) Model.....	58
Gambar 3. 3 Diagram Jalur Partial Least Square	61
Gambar 4. 1 Logo Shopee	67
Gambar 4. 2 Outer Model	94
Gambar 4. 3 Inner Model dengan Nilai Signifikansi T-Statistic Bootstraping	98

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	110
Lampiran 2. Tabulasi.....	115
Lampiran 3. Tabel Frekuensi dan Uji Outlier.....	116
Lampiran 4. Hasil Olah Data PLS.....	127

PENGARUH *GAMIFIKASI, LIVE STREAMING, DAN E-SERVICE QUALITY* TERHADAP MINAT BELI ULANG PELANGGAN SHOPEE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UPN “VETERAN” JAWA TIMUR

Oleh:

RIMA DWI FITRIAN
20012010318/FEB/EM

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami dan menganalisis serta mengkaji dampak *gamifikasi, live streaming* dan *e-service quality* yang mempengaruhi minat beli ulang konsumen shopee di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur. Metode penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yang dapat menghasilkan 100 responden. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan perangkat lunak dari SmartPLS (*Partial Least Square*). Dari hasil penelitian ini, dapat dilihat bahwa gamifikasi tidak berdampak signifikan terhadap minat beli ulang konsumen shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur, *live streaming* memiliki efek positif yang signifikan terhadap minat beli ulang konsumen shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur, serta *e-service quality* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat beli ulang konsumen shopee di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur

Kata Kunci : Minat Beli Ulang; *Gamifikasi; Live Streaming; E-Service Quality*