

## DAFTAR ISI

|                                          |      |
|------------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL                            |      |
| HALAMAN PERSETUJUAN.....                 | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN ..... | iii  |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....    | iv   |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....              | v    |
| <i>ABSTRACT</i> .....                    | vi   |
| ABSTRAK .....                            | vii  |
| KATA PENGANTAR .....                     | viii |
| DAFTAR ISI.....                          | xi   |
| DAFTAR TABEL.....                        | xiv  |
| DAFTAR GAMBAR .....                      | xvi  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                    | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN .....                  | 1    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....          | 3    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                | 13   |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....              | 14   |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....             | 14   |
| 1.5 Sistematika Penulisan.....           | 15   |
| BAB II TELAAH PUSTAKA .....              | 17   |
| 2.1 Landasan Teori .....                 | 17   |
| 2.1.1 Teori Broaden and Build .....      | 17   |
| 2.1.2 Gamification .....                 | 18   |
| 2.1.2.1 Social Interaction .....         | 23   |
| 2.1.2.2 Sense of Control.....            | 24   |
| 2.1.2.3 Goals .....                      | 25   |
| 2.1.2.4 Progress Tracking .....          | 26   |
| 2.1.2.5 Rewards.....                     | 27   |
| 2.1.2.6 Prompts .....                    | 28   |

|                |                                                                  |           |
|----------------|------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.1.3          | Keterlibatan Pelanggan.....                                      | 29        |
| 2.1.4          | Loyalitas Merek.....                                             | 35        |
| 2.2            | Pengaruh Antar Variabel yang Diteliti.....                       | 42        |
| 2.2.1          | Pengaruh Social Interaction terhadap Keterlibatan Pelanggan..... | 42        |
| 2.2.2          | Pengaruh Sense of Control terhadap Keterlibatan Pelanggan.....   | 43        |
| 2.2.3          | Pengaruh Goals terhadap Keterlibatan Pelanggan.....              | 44        |
| 2.2.4          | Pengaruh Progress Tracking terhadap Keterlibatan Pelanggan.....  | 45        |
| 2.2.5          | Pengaruh Rewards terhadap Keterlibatan Pelanggan.....            | 45        |
| 2.2.6          | Pengaruh Prompts terhadap Keterlibatan Pelanggan.....            | 46        |
| 2.2.7          | Pengaruh Keterlibatan Pelanggan terhadap Loyalitas Merek.....    | 47        |
| 2.3            | Kerangka Pemikiran Teoritis.....                                 | 48        |
| 2.4            | Hipotesis Penelitian.....                                        | 49        |
| <b>BAB III</b> | <b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>                                | <b>51</b> |
| 3.1            | Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....       | 51        |
| 3.1.1          | Variabel Penelitian.....                                         | 51        |
| 3.1.2          | Definisi Operasional Variabel.....                               | 52        |
| 3.2            | Populasi dan Sampel.....                                         | 54        |
| 3.2.1          | Populasi.....                                                    | 54        |
| 3.2.2          | Sampel.....                                                      | 55        |
| 3.3            | Jenis dan Sumber Data.....                                       | 56        |
| 3.3.1          | Data Primer.....                                                 | 56        |
| 3.3.2          | Data Sekunder.....                                               | 57        |
| 3.4            | Metode Pengumpulan Data.....                                     | 57        |
| 3.5            | Metode Analisis Data.....                                        | 58        |
| 3.5.1          | Pengujian Kualitas Data Penelitian.....                          | 59        |
| 3.5.2          | Uji Structural Equation Modeling (SEM).....                      | 60        |
| <b>BAB IV</b>  | <b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>                                 | <b>65</b> |
| 4.1            | Deskripsi Objek Penelitian.....                                  | 65        |
| 4.1.1          | Gambaran Umum Objek Penelitian.....                              | 65        |
| 4.1.2          | Gambaran Umum Responden Penelitian.....                          | 66        |
| 4.1.3          | Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                         | 67        |

|                                                                         |            |
|-------------------------------------------------------------------------|------------|
| 4.1.4 Responden Berdasarkan Usia .....                                  | 68         |
| 4.1.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....                              | 69         |
| 4.1.6 Responden Berdasarkan Lamanya Menggunakan Aplikasi<br>Lazada..... | 70         |
| 4.1.7 Responden Berdasarkan Pengeluaran Per bulan.....                  | 70         |
| 4.2 Uji Normalitas .....                                                | 71         |
| 4.3 Uji Validitas .....                                                 | 73         |
| 4.4 Uji Reliabilitas.....                                               | 74         |
| 4.5 Uji Nilai Residual.....                                             | 76         |
| 4.6 Uji Analisis Faktor Konfirmatori .....                              | 77         |
| 4.6.1 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen.....                | 77         |
| 4.6.2 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen .....               | 81         |
| 4.6.3 Analisis Faktor Konfirmatori Full Model.....                      | 84         |
| 4.7 Menilai Kriteria Goodness of Fit Full Model .....                   | 88         |
| 4.8 Uji Direct Effects, Indirect Effects, dan Total Effect.....         | 89         |
| 4.9 Uji Hipotesis.....                                                  | 95         |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>                                               | <b>103</b> |
| 5.1 Kesimpulan.....                                                     | 103        |
| 5.2 Implikasi Teoritis .....                                            | 104        |
| 5.3 Implikasi Manajerial.....                                           | 105        |
| 5.4 Keterbatasan Penelitian .....                                       | 108        |
| 5.5 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....                             | 109        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                             | <b>110</b> |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>                                           | <b>120</b> |