

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	16
1.5 Sistematika Penulisan.....	17
BAB II	19
TELAAH PUSTAKA	19
2.1 Landasan Teori	19
2.1.1 <i>Self-Determination Theory (SDT)</i>	19
2.1.2 <i>Social Comparison Theory (SCT)</i>	22
2.1.3 <i>Schell's Game Design Framework</i>	24
2.2 Pengembangan Variabel.....	28

2.2.1 Gamifikasi Berbasis Pencapaian (<i>Achievement-based Gamification</i>).....	28
2.2.2 Gamifikasi Berbasis Sosial (<i>Social-based Gamification</i>).....	31
2.2.3 Keterikatan Konsumen (<i>Consumer Engagement</i>)	33
2.2.4 Loyalitas Konsumen (<i>Consumer Loyalty</i>)	35
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	37
2.3.1 Hubungan Gamifikasi Berbasis Pencapaian dan Keterikatan Konsumen ..	37
2.3.2 Hubungan Gamifikasi Berbasis Sosial dan Keterikatan Konsumen.....	38
2.3.3 Hubungan Keterikatan Konsumen dan Loyalitas Konsumen.....	40
2.3.4 Keterikatan Konsumen Memediasi Pengaruh Gamifikasi Berbasis Pencapaian terhadap Loyalitas Konsumen	41
2.3.5 Keterikatan Konsumen Memediasi Pengaruh Gamifikasi Berbasis Sosial terhadap Loyalitas Konsumen	42
2.4 Penelitian Terdahulu.....	44
2.5 Kerangka Pemikiran	46
2.6 Hipotesis Penelitian.....	46
BAB III.....	48
METODOLOGI PENELITIAN	48
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	48
3.1.1 Variabel Penelitian.....	48
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	49
3.2 Populasi dan Sampel	51
3.2.1 Populasi.....	51
3.2.2 Sampel	51
3.3 Jenis dan Sumber Data	53
3.3.1 Jenis Data.....	53
3.3.2 Sumber Data	53
3.4 Metode Pengumpulan Data	54
3.4.1 Kuesioner	54

3.4.2 Studi Kepustakaan	55
3.4.3 <i>Pre-test</i>	55
3.5 Metode Analisis.....	58
3.5.1 Analisis Deskriptif	58
3.5.2 Uji Instrumen Penelitian.....	59
3.5.3 Uji Asumsi SEM.....	61
3.5.4 Analisis SEM	63
3.5.5 Uji Hipotesis	73
BAB IV	74
HASIL DAN PEMBAHASAN	74
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	74
4.1.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian	74
4.1.2 Deskripsi Umum Responden Penelitian	75
4.2 Uji Instrumen Penelitian.....	78
4.2.1 Uji Validitas.....	78
4.2.2 Uji Reliabilitas	81
4.3 Uji Asumsi SEM	83
4.3.1 Ukuran Sampel	84
4.3.2 Uji Normalitas.....	84
4.3.3 Uji <i>Outlier</i>	86
4.3.4 Uji Multikolinearitas dan Singularitas.....	88
4.4 Analisis SEM.....	88
4.4.1 <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i>	89
4.4.2 <i>Full Model</i>	97
4.4.3 Uji <i>Residual Value</i>	99
4.4.4 Uji Hipotesis	100
4.4.5 Uji Mediasi	102

4.5 Interpretasi Hasil	108
4.5.1 Pengaruh Gamifikasi Berbasis Pencapaian terhadap Keterikatan Konsumen	108
4.5.2 Pengaruh Gamifikasi Berbasis Sosial terhadap Keterikatan Konsumen ..	110
4.5.3 Pengaruh Keterikatan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	112
4.5.4 Pengaruh Keterikatan Konsumen memediasi pengaruh Gamifikasi Berbasis Pencapaian terhadap Loyalitas Konsumen	115
4.5.5 Pengaruh Keterikatan Konsumen memediasi pengaruh Gamifikasi Berbasis Sosial terhadap Loyalitas Konsumen.....	116
BAB V.....	118
PENUTUP.....	118
5.1 Kesimpulan	118
5.2 Implikasi Teoritis	119
5.3 Implikasi Manajerial.....	123
5.4 Keterbatasan Penelitian	128
5.5 Saran Penelitian Mendatang	129
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN.....	137

