ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gamifikasi dalam aplikasi mobile banking terhadap engagement dan loyalitas nasabah milenial pada aplikasi BRImo. Penelitian ini juga mengeksplorasi pengalaman nasabah milenial dalam menggunakan fitur gamifikasi serta mengidentifikasi motivasi dan faktor yang mendorong nasabah untuk tetap terlibat dan loyal terhadap aplikasi BRImo.

Penelitian menggunakan pendekatan campuran (*mixed methods*) dengan desain *sequential explanatory*, yang diawali dengan tahap kuantitatif dan dilanjutkan dengan tahap kualitatif. Data kuantitatif dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 150 responden pengguna BRImo dan dianalisis menggunakan *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Selanjutnya, data kualitatif diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur untuk memperdalam dan menjelaskan hasil analisis kuantitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gamifikasi berpengaruh positif signifikan terhadap engagement nasabah, dengan koefisien jalur 0,896, nilai t-statistics 38,725, dan p-values 0,000. Engagement berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, dengan koefisien jalur 0,520, nilai t-statistics 4,090, dan p-values 0,000. Gamifikasi berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap loyalitas nasabah, dengan koefisien jalur 0,394, nilai t-statistics 3,080, dan p-values sebesar 0,002. Model penelitian mampu menjelaskan 80,3% variasi engagement dan 79,2% variasi loyalitas nasabah. Hasil wawancara memperkuat temuan kuantitatif dengan menunjukkan bahwa fitur berupa reward, poin, misi, tantangan mampu menciptakan pengalaman yang lebih menarik, interaktif, dan tidak monoton. Fitur-fitur tersebut mendorong nasabah untuk lebih aktif mengeksplorasi aplikasi, meningkatkan frekuensi interaksi, serta mempertahankan penggunaan BRImo. Loyalitas nasabah juga didukung oleh kemudahan penggunaan, kelengkapan fitur, manfaat yang relevan, kenyamanan, dan kebiasaan menggunakan aplikasi dalam aktivitas perbankan sehari-hari. Dengan demikian, gamifikasi yang dirancang secara relevan, mudah dipahami, dan memberikan manfaat nyata dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan engagement dan loyalitas nasabah milenial pada aplikasi BRImo.

Kata kunci: ***gamifikasi, engagement,*** **loyalitas nasabah, nasabah milenial,** ***mobile banking,*** **BRImo.**

FEB UNDIP