

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
NASKAH SOAL TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN	xv
INTISARI	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Asumsi dan Batasan Penelitian	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
BAB III LANDASAN TEORI	13
3.1. E-commerce	13
3.2. Gamifikasi	15
3.3. Shopee	18
3.3.1 Shopee Games	18
3.3.2 Shopee Loyalty	27
3.4. Generasi Y	29
3.5. Generasi Z	32
3.6. Technology Acceptance Model (TAM)	33

3.7. Statistik Deskriptif	35
3.8. <i>Factor Analysis</i>	35
3.8.1. Uji KMO dan <i>Bartlett</i>	36
3.8.2. Ekstraksi Faktor Variabel	37
3.8.3. Rotasi Faktor	37
3.9. <i>Summated Scale</i>	37
BAB IV METODE PENELITIAN	39
4.1. Subjek dan Objek Penelitian	39
4.1.1. Subjek Penelitian	39
4.1.2 Metode Pengambilan Sampel	39
4.1.3 Objek penelitian	39
4.2. Jenis data yang digunakan	40
4.3. Alat penelitian	40
4.4. Desain Penelitian	41
4.4.1. Eksperimen	41
4.4.3. Hipotesis Eksperimen	43
4.5. Desain Eksperimen	48
4.5.1. Eksperimen Shopee Loyalty	48
4.5.2. Eksperimen Shopee Games	49
4.6. Tahap penelitian	51
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	56
5.1. Pilot Study	56
5.1.1. <i>Pilot Study</i> Kualitatif	56
5.1.2. <i>Pilot Study</i> Kuantitatif	57
5.1.2.1. Uji Validitas Kuesioner	58
5.1.2.2. Uji Reliabilitas Kuesioner	58
5.2. <i>Data Cleansing</i>	59
5.3. Profil Responden	62
5.4. Uji Validitas dan Reliabilitas	66
5.4.1. Uji Validitas	66
5.4.2. Uji Reliabilitas	67
5.5. <i>Factor Analysis</i>	68

5.5.1. Uji KMO dan <i>Bartlett</i>	68
5.5.2. Ekstraksi Faktor Variabel	69
5.5.3. Rotasi Faktor	70
5.6. <i>Summated Scale</i>	71
5.7. Uji Asumsi Klasik	72
5.7.1. Uji Normalitas Residual	72
5.7.2. Uji Multikolinearitas	73
5.7.3. Uji Heteroskedastisitas	74
5.8. Analisis Regresi Linear Berganda	75
5.8.1. Kelompok Shopee Games	75
5.8.2. Kelompok Shopee Loyalty	77
5.8.3. Kelompok Generasi Y	78
5.8.4. Kelompok Generasi Z	80
5.9. Pembahasan Hipotesis	82
5.9.1. Pengaruh Niat Membeli pada Shopee Games	82
5.9.2. Pengaruh Niat Membeli pada Shopee Loyalty	86
5.9.3. Pengaruh Niat Membeli pada Generasi Y	88
5.9.4. Pengaruh Niat Membeli pada Generasi Z	91
5.10. <i>Insight</i> Penelitian	94
5.11. Limitasi	98
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	99
6.1. Kesimpulan	99
6.2. Saran	100