

INTISARI

PENGARUH ELEMEN GAMIFIKASI PADA KETERIKATAN DAN RETENSI PENGGUNA APLIKASI MOBILE PAYMENT

Farhan Nafiuddin

Merujuk pada penelitian sebelumnya oleh Zhang et al. (2023), penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh elemen gamifikasi yang terdiri dari kesempatan hadiah, kompetisi, umpan balik dan kerjasama pada keterikatan pengguna dan selanjutnya pada retensi pengguna. ShopeePay telah digunakan sebagai objek penelitian yang mewakili dari aplikasi pembayaran seluler yang memiliki fitur gamifikasi. Penelitian ini menggunakan survei dengan 500 responden yang pada tiga bulan terakhir pernah menggunakan fitur gamifikasi di ShopeePay. Mayoritas responden merupakan perempuan dengan usia antara 17 – 35 tahun yang memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa dan pekerja operasional. Responden berasal dari kota-kota besar di Indonesia, dengan responden mayoritas berasal dari D.I. Yogyakarta dan Jawa Tengah. Metode analisis data yang digunakan adalah PLS-SEM menggunakan SmartPLS. Temuan penelitian ini menegaskan bahwa kesempatan hadiah, kesempatan kompetisi dan kesempatan umpan balik berpengaruh positif dan signifikan pada keterikatan pengguna. Hasil berbeda untuk pengaruh kesempatan kerjasama pada keterikatan pengguna yang tidak memperoleh hasil signifikan. Keterikatan pengguna berpengaruh positif dan signifikan pada retensi pengguna.

Kata Kunci: elemen gamifikasi, keterikatan pengguna, retensi pengguna.

ABSTRACT

THE EFFECT OF GAMIFICATION ELEMENTS ON MOBILE PAYMENT APPLICATION USER ENGAGEMENT AND RETENTION

Farhan Nafiuddin

Referring to the previous research by Zhang et al. (2023), this study aims to determine the effect of gamification elements consisting of rewards affordance, competitions affordance, feedback affordance, and cooperation affordance on user engagement and subsequently on user retention. ShopeePay has been used as a research object representing a mobile payment application that has gamification features. This research uses a survey with 500 respondents who in the last three months have used the gamification feature on ShopeePay. Most respondents are women aged between 17-35 years who have jobs as students and operational workers. Respondents came from big cities in Indonesia, with most respondents coming from D.I. Yogyakarta and Central Java. The data analysis method used is PLS-SEM using SmartPLS. The findings of this study confirm that rewards affordance, competition affordance and feedback affordance have a positive and significant effect on user engagement. Different results for the effect of cooperation affordance on user engagement which did not obtain significant results. User engagement has a positive and significant effect on user retention.

Keywords: gamification elements, user engagement, user retention.