

ABSTRACT

This research is motivated by the popularity of Shopee gamification as one of the mobile app-based marketing communication strategies. The fame of Shopee's game progressively scampering due to the 'Invite Friends' feature which is not possessed by other competitors. This research examines the effect of gamification on Shopee customer brand engagement by adopting the concept of gamification belonging to Yukai Chou (2016) and CBE by Hollebeek (2014). This research conducted through a survey method implicating 400 Shopee users. The results of this study indicate a positive correlation with a very robust value, amounting to 0.774. This condition exhibits the more reliable gamification will influence the attributes of immersion, passion, and activation of Shopee users. Subsequently, this research found an appealing fact between social influences and the activation attribute occupying the highest value of 0.704 and a significant influence on user engagement.

Keywords: Gamification, Customer Brand Engagement, Shopee Games, Marketing Communication

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kepopuleran *gamification* permainan Shopee sebagai salah satu strategi komunikasi pemasaran Shopee berbasis *mobile app*. Popularitas permainan Shopee kian melesat disebabkan oleh fitur ‘Undang Teman’ yang tidak dimiliki oleh kompetitor lain. Penelitian ini mengkaji pengaruh *gamification* permainan Shopee terhadap *customer brand engagement* pengguna Shopee. Dengan menggunakan konsep *gamification* milik Yukai Chou (2016) dan CBE milik Hollebeek (2014), penelitian ini dilakukan melalui metode survei dengan melibatkan 400 pengguna Shopee. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya korelasi positif dengan nilai tergolong sangat kuat, sebesar 0.774. Kondisi ini mengindikasikan semakin kuat variabel *gamification* turut memberikan pengaruh terhadap atribut *immersion*, *passion*, dan *activation* pengguna Shopee. Ditemukan fakta menarik atribut *social influences* dengan atribut *activation* menduduki peringkat tertinggi dengan nilai sebesar 0.704, menunjukkan fitur unggulan Shopee berupa ‘Undang Teman’ merupakan salah satu yang memberikan pengaruh signifikan pada keterlibatan pengguna.

Kata Kunci: *Gamification*, *Customer Brand Engagement*, Permainan Shopee, Komunikasi Pemasaran