

ANALISIS PENGARUH GAMIFICATION TERHADAP USER EXPERIENCE PADA APLIKASI SHOPEE

Oleh

I Kadek Permana Putra, NIM 1815091022

Program Studi Sistem Informasi

Jurusan Teknik Informatika

Fakultas Teknik dan Kejuruan

Universitas Pendidikan Ganesha

ABSTRAK

Penerapan gamifikasi pada platform *e-commerce*, memiliki potensi untuk meningkatkan keterlibatan dan kepuasan pengguna. Akan tetapi, sejumlah penelitian memperlihatkan bahwa pengaruh gamifikasi terhadap *User Experience* (UX) dapat beragam, di mana elemen-elemen gamifikasi terkadang hanya memberikan dampak jangka pendek atau bahkan tidak signifikan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana gamifikasi memengaruhi persepsi *User Experience* (UX) pengguna pada fitur Shopee Games di Indonesia. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah regresi linear sederhana. Data dikumpulkan dengan menyebarkan survei kepada para pengguna Shopee Games. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa gamifikasi dan pengalaman pengguna (UX) memiliki hubungan yang signifikan, dibuktikan dengan koefisien korelasi (R) sebesar 0,755 yang mengindikasikan kekuatan hubungan yang kuat. Gamifikasi terbukti menjadi faktor penjelas yang kuat untuk Pengalaman Pengguna (UX), dengan 57,1% variasi UX dapat diatribusikan padanya, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai *R Square* 0,571. Temuan ini didukung oleh hasil uji ANOVA yang signifikan secara statistik (nilai signifikansi $< 0,001$), menegaskan validitas model regresi dan adanya pengaruh signifikan gamifikasi terhadap UX. Penting juga untuk dicatat bahwa analisis lebih lanjut mengkonfirmasi tidak adanya masalah heteroskedastisitas, memastikan kepatuhan terhadap asumsi-asumsi klasik regresi. Implikasi dari penelitian ini menegaskan bahwa implementasi elemen-elemen gamifikasi secara efektif meningkatkan persepsi pengguna terhadap pengalaman mereka dalam menggunakan aplikasi Shopee. Temuan ini memberikan rekomendasi kepada perusahaan *e-commerce* untuk lebih mengoptimalkan strategi gamifikasi dalam rangka meningkatkan keterlibatan pengguna.

Kata-kata kunci: *Gamification*, *User experience*, Shopee Games, Regresi Linear Sederhana, *E-commerce*.

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF GAMIFICATION ON USER EXPERIENCE IN THE SHOPEE APPLICATION

By

I Kadek Permana Putra, NIM 1815091022

Information Systems Study Program

Department of Informatics Engineering

Faculty of Engineering and Vocational

Universitas Pendidikan Ganesha

ABSTRACT

The implementation of gamification on e-commerce platforms has the potential to enhance user engagement and satisfaction. However, some studies show that the impact of gamification on User Experience (UX) can vary, where gamification elements sometimes only provide short-term or even insignificant effects. This study aims to analyze how gamification influences users' perception of User Experience (UX) on Shopee Games features in Indonesia. The method used in this research is simple linear regression. Data was collected by distributing surveys to Shopee Games users. The regression analysis results indicate a significant relationship between gamification and User Experience (UX), evidenced by a correlation coefficient (R) of 0.755, which suggests a strong relationship. Gamification proves to be a powerful explanatory factor for User Experience (UX), accounting for 57.1% of UX variation, as indicated by an R -squared value of 0.571. This finding is supported by statistically significant ANOVA test results (significance value < 0.001), confirming the validity of the regression model and the significant influence of gamification on UX. It's also important to note that further analysis confirmed the absence of heteroscedasticity issues, ensuring compliance with classical regression assumptions. The implications of this research confirm that effectively implementing gamification elements improves users' perception of their experience when using the Shopee application. These findings provide recommendations for e-commerce companies to further optimize their gamification strategies to increase user engagement.

Keywords: Gamification, User experience, Shopee Games, Simple Linear Regression, E-commerce.