



LAMPIRAN

Lampiran 1. Riwayat Hidup



I Kadek Permana Putra lahir di Desa Sekaan pada tanggal 22 April 2000. Penulis merupakan anak dari pasangan Bapak I Wayan Setel dan Ibu Ni Nengah Alep. Penulis berstatus sebagai seorang Warga Negara Indonesia (WNI) yang memeluk Agama Hindu. Alamat tinggal penulis di Desa Sekaan, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli, Provinsi Bali. Pendidikan dasar penulis dimulai di SD Negeri Sekaan, yang diselesaikan pada tahun 2012. Selanjutnya penulis melanjutkan Pendidikan menengah pertama di SMP Negeri 2 Tegallalang dan berhasil lulus pada tahun 2015. Setelah itu, penulis melanjutkan ke jenjang pendidikan menengah atas di SMA Negeri 1 Susut, mengambil jurusan IPA dan berhasil menyelesaikan pendidikan menengah atas pada tahun 2018. Setelah lulus dari sekolah menengah atas, penulis melanjutkan studi ke perguruan tinggi Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha). Saat ini, penulis mengambil program studi (S1) Sistem Informasi, Jurusan Teknik Informatika, Fakultas Teknik dan Kejuruan.



Lampiran 2. Jurnal Terkait

No	Penulis	Nama Jurnal	Rangkuman Penelitian
1	(Eldhia & Iriyanty, 2022)	Jurnal Manajemen dan Usahawan Indonesia	Kemajuan teknologi telah mendorong perubahan perilaku konsumen dalam berbelanja menuju cara yang lebih praktis, sehingga <i>e-commerce</i> menjadi salah satu saluran belanja yang dipilih. Kondisi ini mendorong para pelaku <i>e-commerce</i> di Indonesia untuk bersaing dalam memberikan pelayanan dan penawaran terbaik kepada konsumen melalui inovasi berkelanjutan. Salah satu bentuk inovasi yang diadopsi adalah penerapan gamifikasi dalam aplikasi. Gamifikasi ini melibatkan penerapan elemen desain <i>game</i> ke dalam konteks non-permainan, dalam hal ini platform <i>e-commerce</i>. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana dinamika gamifikasi dapat memengaruhi rasa kesenangan (<i>enjoyment</i>) konsumen dan selanjutnya berdampak pada niat membeli secara <i>online</i>. Penelitian ini mengkaji empat aspek utama gamifikasi, yaitu otonomi (<i>autonomy</i>), penghargaan (<i>rewards</i>), keterlibatan penuh (<i>absorption</i>), dan kompetisi (<i>competition</i>), serta variabel <i>enjoyment</i> dan niat membeli <i>online</i> berdasarkan kerangka teori evaluasi kognitif

No	Penulis	Nama Jurnal	Rangkuman Penelitian
			(<i>Cognitive Evaluation Theory</i>). Pendekatan penelitian yang digunakan bersifat deskriptif konklusif dengan metode kuantitatif melalui penyebaran kuesioner mandiri. Sebanyak 254 responden berusia 18–55 tahun di Indonesia yang menggunakan fitur Shopee Games dalam enam bulan terakhir terlibat dalam penelitian ini. Data dianalisis menggunakan teknik <i>Partial Least Squares Structural Equation Modeling</i> (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SPSS dan SmartPLS. Hasil menunjukkan bahwa variabel <i>autonomy</i>, <i>rewards</i>, dan <i>absorption</i> berpengaruh terhadap enjoyment, yang selanjutnya memengaruhi niat untuk melakukan pembelian secara <i>online</i>.
2	(Chrisnathaniel et al., 2021)	Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis	Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh penerapan gamifikasi pada platform Shopee.com sebagai strategi pemasaran terhadap <i>electronic word of mouth</i> (EWOM), emosi positif, dan niat pembelian ulang. Fokus penelitian diarahkan pada Shopee, yang saat ini menempati posisi teratas sebagai e-commerce dengan jumlah pengunjung bulanan terbanyak serta berada di peringkat pertama di App Store dan

No	Penulis	Nama Jurnal	Rangkuman Penelitian
			Play Store di Indonesia. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada 170 responden yang merupakan bagian dari generasi Y, telah menggunakan Shopee, dan memiliki pengalaman dalam memainkan program loyalty games di aplikasi tersebut. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM) dengan bantuan <i>software</i> SmartPLS 3.0. Hasil analisis menunjukkan bahwa gamifikasi di Shopee.com memberikan pengaruh positif terhadap emosi positif, niat pembelian ulang, dan <i>electronic word of mouth</i> (EWOM). Selain itu, emosi positif juga terbukti memiliki pengaruh positif terhadap niat pembelian ulang dan EWOM.
3	(Taruli et al., 2021)	Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan	Pesatnya pertumbuhan industri <i>e-commerce</i> di Indonesia mendorong banyak perusahaan untuk bersaing dalam meningkatkan keterlibatan konsumen, salah satunya dengan menerapkan strategi gamifikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh gamifikasi terhadap <i>customer engagement</i> pada aplikasi mobile Shopee Indonesia. Penelitian dilakukan

No	Penulis	Nama Jurnal	Rangkuman Penelitian
			dengan menggunakan metode deskriptif verifikatif melalui pendekatan survei. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gamifikasi yang diterapkan oleh Shopee Indonesia, khususnya melalui fitur permainan Shopee Tanam, telah dilaksanakan secara efektif dengan mengacu pada enam elemen utama: interaksi sosial, rasa kendali, tujuan, pelacakan kemajuan, penghargaan, dan dorongan (<i>prompts</i>). Berdasarkan hasil analisis, gamifikasi terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keterlibatan pelanggan di aplikasi mobile Shopee. Strategi gamifikasi yang dirancang secara tepat mampu mendorong perubahan perilaku pengguna, terutama dalam meningkatkan durasi penggunaan aplikasi dan tingkat keterlibatan demi mencapai tujuan jangka panjang yang menguntungkan bagi perusahaan.
4	(Hsu & Chen, 2018a)	<i>Technological Forecasting and Social Change</i>	Seiring meningkatnya signifikansi pengalaman pengguna dalam aspek komersial, penerapan gamifikasi yang optimal menjadi semakin penting. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi (anteseden) dan

No	Penulis	Nama Jurnal	Rangkuman Penelitian
			yang ditimbulkan (konsekuensi) dari pengalaman pengguna, serta peran mediasi yang dimainkan oleh pengalaman tersebut dalam konteks gamifikasi online. Penelitian ini secara khusus menggunakan pendekatan pemodelan persamaan struktural untuk menguji hubungan kausal antara persepsi terhadap mobilitas, fitur yang bersifat <i>utilitarian</i> dan hedonis, pengalaman pengguna, persepsi terhadap manfaat (baik pribadi maupun sosial), jenis nilai yang dirasakan (nilai informasi, nilai pengalaman, nilai sosial, dan nilai transaksi), serta elemen ekuitas merek (seperti kualitas yang dirasakan, loyalitas, asosiasi, dan kepercayaan terhadap merek) dalam konteks gamifikasi <i>online</i>. Temuan penelitian menunjukkan bahwa persepsi terhadap mobilitas secara signifikan memengaruhi fitur <i>utilitarian</i> dan hedonis. Kedua jenis fitur tersebut, bersama dengan persepsi mobilitas, juga berdampak pada pengalaman pengguna, yang kemudian memengaruhi persepsi manfaat, jenis nilai yang dirasakan, dan ekuitas merek. Selain itu, penelitian ini mengonfirmasi peran mediasi dari

No	Penulis	Nama Jurnal	Rangkuman Penelitian
			pengalaman pengguna dalam hubungan tersebut. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi pengelola situs web untuk lebih efektif meningkatkan persepsi pengguna terhadap manfaat, nilai, dan ekuitas merek, serta menjadi referensi penting dalam penelitian dan pengembangan (R&D) gamifikasi guna menciptakan keunggulan kompetitif di ranah digital.
5	(Putri & Razi A., 2022)	Jurnal Sains dan Teknologi	Keberhasilan suatu produk sangat dipengaruhi oleh kualitas pengalaman pengguna, dan gamifikasi merupakan salah satu pendekatan yang diyakini mampu meningkatkan pengalaman tersebut. Namun, sejauh mana gamifikasi benar-benar memberikan manfaat dalam meningkatkan pengalaman pengguna belum banyak dijelaskan secara rinci dalam studi sebelumnya. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi manfaat dari penerapan gamifikasi dalam upaya meningkatkan pengalaman pengguna. Untuk mencapai tujuan tersebut, dilakukan tinjauan literatur sistematis yang mengumpulkan dan merangkum berbagai penelitian terkait gamifikasi

No	Penulis	Nama Jurnal	Rangkuman Penelitian
			dan pengalaman pengguna. Dari hasil penelusuran, ditemukan sebanyak 539 makalah, yang kemudian disaring melalui tiga tahap seleksi menggunakan metode Kitchenham. Pada tahap pertama tersaring 314 makalah, tahap kedua menghasilkan 50 makalah, dan tahap ketiga menyisakan 16 makalah yang dianggap paling relevan. Selama proses tinjauan tersebut, penelitian ini mengkaji manfaat gamifikasi berdasarkan dua kategori utama, yaitu manfaat tak berwujud dan manfaat nyata. Hasil studi menunjukkan bahwa gamifikasi memberikan dampak positif, baik dalam bentuk manfaat yang tidak terlihat secara langsung maupun yang dapat diukur, dalam meningkatkan pengalaman pengguna.
6	(Azis et al., 2020)	Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer	Kebutuhan akan fleksibilitas dalam proses belajar mengajar menjadi semakin penting bagi mahasiswa dan tenaga pengajar di tengah pesatnya perkembangan teknologi. Pembelajaran mandiri berbasis mobile diharapkan mampu mendukung kegiatan perkuliahan, khususnya bagi mahasiswa di Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer,

No	Penulis	Nama Jurnal	Rangkuman Penelitian
			Universitas Brawijaya. Saat ini, ketiadaan platform khusus yang memadai untuk kegiatan pembelajaran <i>online</i> menjadi kendala utama di program studi tersebut. Oleh karena itu, dibutuhkan solusi inovatif berupa pengembangan aplikasi pembelajaran <i>online</i> dengan mengusung konsep <i>Massive Open Online Course</i> (MOOC). Perancangan pengalaman pengguna (<i>user experience</i>) dalam aplikasi ini juga dilengkapi dengan elemen gamifikasi untuk menciptakan pengalaman belajar yang lebih menarik sekaligus meningkatkan motivasi pengguna. Penambahan elemen gamifikasi diawali dengan identifikasi profil pengguna menggunakan pendekatan <i>Octalysis Framework</i>. Desain aplikasi kemudian dikembangkan dalam bentuk prototipe <i>high-fidelity</i> dengan mengikuti proses <i>Human-Centered Design</i> (HCD). Evaluasi yang dilakukan menggunakan metode TUXEL (<i>Technique for User Experience Evaluation in e-Learning</i>) mengidentifikasi 14 masalah pada aspek <i>Usability Inspection</i>, mencakup kategori Login, Antarmuka Umum, dan Tugas. Sementara itu, dalam aspek

No	Penulis	Nama Jurnal	Rangkuman Penelitian
			<i>Pedagogical Usability</i> ditemukan 8 isu terkait kategori Bantuan dan Dokumentasi, Kemudahan Pembelajaran LMS, Proses Belajar melalui LMS, dan Fleksibilitas LMS. Dari hasil evaluasi <i>user experience</i>, aplikasi ini memperoleh skor positif pada dimensi menyenangkan, mendukung, praktis, kreatif, dan memotivasi, serta menunjukkan nilai rata-rata pada aspek kemudahan penggunaan.
7	(A. S. Mustafa & Karimi, 2021)	<i>Human-Computer Interaction and Beyond</i>	Gamifikasi merupakan pendekatan yang mengadaptasi elemen dan pola pikir permainan ke dalam konteks non-permainan. Banyak ahli meyakini bahwa gamifikasi memiliki potensi besar sebagai solusi pembelajaran daring yang efektif untuk meningkatkan keterlibatan siswa dan hasil belajar selama beberapa tahun terakhir. Meskipun demikian, penerapannya di lapangan masih menghadapi berbagai tantangan. Hal ini dapat berdampak pada pengalaman pengguna (UX) serta tingkat partisipasi, yang pada akhirnya bisa menyebabkan tingginya angka ketidaktuntasan belajar. Selain itu, masih belum ada kejelasan mengenai

No	Penulis	Nama Jurnal	Rangkuman Penelitian
			elemen permainan mana yang paling efektif dalam konteks pembelajaran online yang di gamifikasi. Penelitian ini menyajikan tinjauan yang bertujuan untuk mengidentifikasi elemen permainan yang telah digunakan dalam pembelajaran daring dan telah diuji dalam studi sebelumnya antara tahun 2017 hingga 2020 dengan pendekatan pencarian literatur yang sistematis. Dari hasil telaah literatur, ditemukan elemen permainan yang paling efektif beserta pengaruhnya terhadap pengalaman belajar pengguna. Hasil menunjukkan bahwa dalam 26 dari 34 studi yang dianalisis, penerapan gamifikasi dalam pembelajaran <i>online</i> memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pengalaman pengguna, keterlibatan, dan keberhasilan menyelesaikan kursus. Selain itu, elemen seperti poin, papan peringkat, level, lencana, dan bilah kemajuan merupakan fitur permainan yang paling sering digunakan dalam studi tersebut. Temuan ini dapat menjadi panduan dalam merancang intervensi gamifikasi yang lebih efektif untuk mendukung proses pembelajaran daring.

Lampiran 3. Uji Ahli

KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS PENGARUH GAMIFICATION TERHADAP USER EXPERIENCE PADA APLIKASI SHOPEE

Hari/Tanggal : 06 Maret 2025

Evaluator : Putu Dhanu Driya, S.Kom., M.A.

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang sedang saya lakukan, saya sangat membutuhkan masukan dari Bapak/Ibu sebagai dosen ahli. Oleh karena itu, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk menjadi validator kuesioner ini. Saya berharap Bapak/Ibu dapat memberikan penilaian terhadap validitas butir-butir pertanyaan dalam kuesioner ini. Petunjuk pengisian kuesioner adalah dengan memberikan tanda silang (X) atau tanda centang (✓) pada pilihan jawaban yang sesuai.

Variabel Gamification

Gamification didefinisikan sebagai penerapan elemen-elemen permainan dalam aplikasi Shopee, khususnya pada fitur Shopee Games, yang bertujuan untuk meningkatkan interaksi pengguna dan memotivasi mereka untuk terus terlibat dengan aplikasi tersebut. *Gamification* akan diukur melalui berbagai aspek, seperti seberapa menarik fitur-fitur permainan yang ditawarkan, seberapa besar motivasi pengguna untuk terus bermain dan berpartisipasi, serta bagaimana elemen-elemen permainan tersebut memengaruhi pengalaman keseluruhan pengguna selama menggunakan aplikasi.

Aspek : Entertainment

Aspek *entertainment* merujuk pada sejauh mana fitur Shopee Games memberikan hiburan dan kesenangan kepada pengguna. Aspek ini dapat diukur melalui pernyataan yang menilai tingkat kesenangan, kepuasan emosional, dan rasa senang pengguna saat berinteraksi dengan fitur permainan.

Indikator	Pernyataan	Relevan	Kurang Relevan	Keterangan
Menghibur	Fitur Games pada Aplikasi Shopee memberikan pengalaman yang menghibur	✓		
	Fitur Games pada Aplikasi Shopee Games memberikan pengalaman membosankan	✓		
Fun	Saya merasa senang ketika menggunakan fitur Games pada Aplikasi Shopee	✓		
	Menggunakan fitur Games pada Aplikasi Shopee membuat saya merasa bosan	✓		
Easy to spend time with	Aplikasi Shopee Games membuat waktu terasa lebih cepat berlalu.	✓		
	Menggunakan Aplikasi Shopee Games terasa tidak memerlukan banyak tenaga	✓		
Engaging	Aplikasi Shopee Games menarik perhatian saya selama saya menggunakannya.	✓		
	Aplikasi Shopee Games membuat saya merasa terlibat dan tertarik saat menggunakannya.	✓		

Aspek : Interaction

Aspek *interaction* merujuk pada seberapa besar pengguna merasa adanya interaksi yang bermakna dan berkesinambungan dengan fitur permainan dan pengguna lain. Aspek ini diukur melalui indikator yang menilai kualitas dan frekuensi interaksi yang terjadi selama pengguna memainkan game di Shopee.

Indikator	Pernyataan	Relevan	Kurang Relevan	Keterangan
Exchanging Information	Aplikasi Shopee Games memungkinkan saya untuk bertukar informasi (chat, leaderboard, share) dengan pemain lain.	✓		
	Sulit berinteraksi dengan user lain (chat, leaderboard, share) dalam Aplikasi Shopee Games	✓		
Two-way interaction	Aplikasi Shopee Games menyediakan fitur untuk berinteraksi secara langsung (chat atau share) dengan pemain lain.	✓		
	Aplikasi Shopee Games tidak memberikan kesempatan untuk komunikasi dua arah antara pengguna.	✓		

Aspek : Trendiness

Aspek *trendiness* merujuk pada sejauh mana fitur permainan di Shopee dipersepsikan sebagai inovatif, modern, dan mengikuti tren yang sedang berkembang. Aspek ini diukur melalui indikator yang mencakup persepsi pengguna terhadap relevansi fitur permainan dengan tren saat ini.

Indikator	Pernyataan	Relevan	Kurang Relevan	Keterangan
Up to date information	Aplikasi Shopee Games selalu menyajikan informasi terbaru terkait fitur dan permainan yang tersedia.	✓		
	Aplikasi Shopee Games jarang memberikan informasi terbaru terkait fitur dan permainan yang tersedia.	✓		
Modern	Aplikasi Shopee Games menggunakan desain dan fitur yang terasa modern.	✓		
	Aplikasi Shopee Games menggunakan desain dan fitur yang sudah outdated (ketinggalan jaman).	✓		

Aspek : Intimacy

Aspek *intimacy* menggambarkan seberapa besar pengguna merasa adanya kedekatan atau keterikatan emosional dengan fitur permainan. Aspek ini diukur melalui indikator yang menggambarkan perasaan keterlibatan dan hubungan personal pengguna dengan fitur permainan

Indikator	Pernyataan	Relevan	Kurang Relevan	Keterangan
Comfortable to use	Saya merasa nyaman saat bermain di Aplikasi Shopee Games.	✓		
	Navigasi dan tampilan Aplikasi Shopee Games membuat saya mudah menggunakannya tanpa kesulitan.	✓		
Influence decision making	Aplikasi Shopee Games mempengaruhi keputusan saya dalam memilih produk atau promosi di Aplikasi Shopee.	✓		
	Saya berbelanja di shopee tanpa pengaruh Aplikasi Shopee Games.	✓		

Aspek : Novelty

Aspek *novelty* menggambarkan sejauh mana fitur permainan di Shopee dipersepsikan sebagai sesuatu yang baru dan berbeda oleh pengguna. Aspek ini diukur melalui indikator yang menilai persepsi pengguna terhadap keunikan dan kebaruan dari elemen-elemen permainan

Indikator	Pernyataan	Relevan	Kurang Relevan	Keterangan
Imaginative	Saya merasa fitur dan konsep dalam Aplikasi Shopee Games unik dan inovatif	✓		
	Aplikasi Shopee Games memberikan pengalaman yang kreatif dan menarik bagi saya	✓		
Innovative	Aplikasi Shopee Games menghadirkan fitur-fitur yang terasa baru dan berbeda bagi saya	✓		
	Saya merasa Aplikasi Shopee Games terus menghadirkan pembaruan mode game atau inovasi yang menarik.	✓		
New	Aplikasi Shopee Games selalu menawarkan konten atau fitur yang terasa baru dan segar.	✓		
	Saya jarang menemukan elemen-elemen baru (level, challenge, reward) di Aplikasi Shopee Games.	✓		

Variabel User Experience

Variabel *User Experience* (UX) dalam penelitian ini dioperasionalkan sebagai pengalaman keseluruhan pengguna ketika menggunakan fitur Shopee Games, yang dievaluasi melalui dua aspek utama, yaitu *Pragmatic Quality* dan *Hedonic Value* (Hart, 2014). Setiap aspek diukur melalui beberapa sub-aspek yang relevan untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang pengalaman pengguna.

Aspek : *User Experience Hedonic Value*

User experience (UX) hedonic value merujuk pada aspek pengalaman pengguna yang berkaitan dengan kesenangan, kepuasan emosional, dan kenikmatan yang diperoleh saat berinteraksi dengan suatu produk atau layanan. Dalam konteks ini, *hedonic value* berfokus pada bagaimana produk atau layanan dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan secara emosional, bukan hanya fungsionalitas atau utilitasnya.

Indikator	Pernyataan	Relevan	Kurang Relevan	Keterangan
<i>Efficiency</i>	Saya dapat menyelesaikan tugas/task di dalam game dengan cepat saat menggunakan Aplikasi Shopee Games.	✓		
	Saya merasa tugas/task di dalam game Shopee membutuhkan waktu yang lama untuk diselesaikan.	✓		
<i>Perspiciuity</i>	Antarmuka Aplikasi Shopee Games mudah dipahami bahkan saat pertama kali digunakan.	✓		
	Saya merasa kesulitan memahami cara menggunakan fitur-fitur di Aplikasi Shopee Games.	✓		
<i>Dependability</i>	Saya merasa dapat mengandalkan Aplikasi Shopee Games untuk selalu berfungsi dengan baik.	✓		
	Aplikasi Shopee Games seringkali tidak berfungsi dengan baik.	✓		

Aspek : *User Experience Pragmatic Value*

User experience (UX) pragmatic value merujuk pada aspek pengalaman pengguna yang berkaitan dengan utilitas, fungsionalitas, dan efisiensi produk atau layanan. Dalam konteks ini, *pragmatic value* berfokus pada seberapa baik produk atau layanan memenuhi kebutuhan praktis pengguna dan seberapa efektif pengguna dapat mencapai tujuan mereka saat berinteraksi dengan produk tersebut.

Indikator	Pernyataan	Relevan	Kurang Relevan	Keterangan
<i>Stimulation</i>	Aplikasi Shopee Games memberikan tantangan yang membuat saya tertarik untuk memainkannya.	✓		
	Saya merasa Aplikasi Shopee Games kurang menantang dan membuat saya kurang tertarik untuk bermain.	✓		
<i>Novelty</i>	Aplikasi Shopee Games selalu menawarkan elemen baru seperti level baru, reward baru, tantangan baru yang membuat saya tertarik untuk bermain	✓		
	Aplikasi Shopee Games jarang memperkenalkan fitur atau elemen baru yang menarik perhatian saya, seperti level baru, mode baru, ataupun tantangan baru.	✓		

Singaraja, 06 Maret 2021


Putu Dhanu Driya, S.Kom., M.A.



KUESIONER PENELITIAN
ANALISIS PENGARUH GAMIFICATION TERHADAP USER EXPERIENCE PADA APLIKASI SHOPEE

Hari/Tanggal : Kamis, 06 Maret 2025

Evaluator : I Gusti Lanang Agung Raditya Putra, S.Pd., M.T.

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang sedang saya lakukan, saya sangat membutuhkan masukan dari Bapak/Ibu sebagai dosen ahli. Oleh karena itu, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk menjadi validator kuesioner ini. Saya berharap Bapak/Ibu dapat memberikan penilaian terhadap validitas butir-butir pertanyaan dalam kuesioner ini. Petunjuk pengisian kuesioner adalah dengan memberikan tanda silang (X) atau tanda centang (✓) pada pilihan jawaban yang sesuai.

Variabel Gamification

Gamification didefinisikan sebagai penerapan elemen-elemen permainan dalam aplikasi Shopee, khususnya pada fitur Shopee Games, yang bertujuan untuk meningkatkan interaksi pengguna dan memotivasi mereka untuk terus terlibat dengan aplikasi tersebut. *Gamification* akan diukur melalui berbagai aspek, seperti seberapa menarik fitur-fitur permainan yang ditawarkan, seberapa besar motivasi pengguna untuk terus bermain dan berpartisipasi, serta bagaimana elemen-elemen permainan tersebut memengaruhi pengalaman keseluruhan pengguna selama menggunakan aplikasi.

Aspek : Entertainment

Aspek *entertainment* merujuk pada sejauh mana fitur Shopee Games memberikan hiburan dan kesenangan kepada pengguna. Aspek ini dapat diukur melalui pernyataan yang menilai tingkat kesenangan, kepuasan emosional, dan rasa senang pengguna saat berinteraksi dengan fitur permainan

Indikator	Pernyataan	Relevan	Kurang Relevan	Keterangan
Menghibur	Fitur Games pada Aplikasi Shopee memberikan pengalaman yang menghibur	✓		
	Fitur Games pada Aplikasi Shopee Games memberikan pengalaman membosankan	✓		
Fun	Saya merasa senang ketika menggunakan fitur Games pada Aplikasi Shopee	✓		
	Menggunakan fitur Games pada Aplikasi Shopee membuat saya merasa bosan	✓		
Easy to spend time with	Aplikasi Shopee Games membuat waktu terasa lebih cepat berlalu.	✓		
	Menggunakan Aplikasi Shopee Games terasa tidak memerlukan banyak tenaga	✓		
Engaging	Aplikasi Shopee Games menarik perhatian saya selama saya menggunakannya.	✓		
	Aplikasi Shopee Games membuat saya merasa terlibat dan tertarik saat menggunakannya.	✓		

Aspek : Interaction

Aspek *interaction* merujuk pada seberapa besar pengguna merasa adanya interaksi yang bermakna dan berkesinambungan dengan fitur permainan dan pengguna lain. Aspek ini diukur melalui indikator yang menilai kualitas dan frekuensi interaksi yang terjadi selama pengguna memainkan game di Shopee

Indikator	Pernyataan	Relevan	Kurang Relevan	Keterangan
Exchanging Information	Aplikasi Shopee Games memungkinkan saya untuk bertukar informasi (chat, leaderboard, share) dengan pemain lain.	✓		
	Sulit berinteraksi dengan user lain (chat, leaderboard, share) dalam Aplikasi Shopee Games	✓		
Two-way interaction	Aplikasi Shopee Games menyediakan fitur untuk berinteraksi secara langsung (chat atau share) dengan pemain lain.	✓		
	Aplikasi Shopee Games tidak memberikan kesempatan untuk komunikasi dua arah antara pengguna.	✓		

Aspek : Trendiness

Aspek *trendiness* merujuk pada sejauh mana fitur permainan di Shopee dipersepsikan sebagai inovatif, modern, dan mengikuti tren yang sedang berkembang. Aspek ini diukur melalui indikator yang mencakup persepsi pengguna terhadap relevansi fitur permainan dengan tren saat ini.

Indikator	Pernyataan	Relevan	Kurang Relevan	Keterangan
<i>Up to date information</i>	Aplikasi Shopee Games selalu menyajikan informasi terbaru terkait fitur dan permainan yang tersedia.	✓		
	Aplikasi Shopee Games jarang memberikan informasi terbaru terkait fitur dan permainan yang tersedia.	✓		
<i>Modern</i>	Aplikasi Shopee Games menggunakan desain dan fitur yang terasa modern.	✓		
	Aplikasi Shopee Games menggunakan desain dan fitur yang sudah outdated (ketinggalan jaman).	✓		

Aspek : Intimacy

Aspek *intimacy* menggambarkan seberapa besar pengguna merasa adanya kedekatan atau keterikatan emosional dengan fitur permainan. Aspek ini diukur melalui indikator yang menggambarkan perasaan keterlibatan dan hubungan personal pengguna dengan fitur permainan

Indikator	Pernyataan	Relevan	Kurang Relevan	Keterangan
<i>Comfortable to use</i>	Saya merasa nyaman saat bermain di Aplikasi Shopee Games.	✓		
	Navigasi dan tampilan Aplikasi Shopee Games membuat saya mudah menggunakannya tanpa kesulitan.	✓		
<i>Influence decision making</i>	Aplikasi Shopee Games mempengaruhi keputusan saya dalam memilih produk atau promosi di Aplikasi Shopee.	✓		
	Saya berbelanja di shopee tanpa pengaruh Aplikasi Shopee Games.	✓		

Aspek : Novelty

Aspek *novelty* menggambarkan sejauh mana fitur permainan di Shopee dipersepsikan sebagai sesuatu yang baru dan berbeda oleh pengguna. Aspek ini diukur melalui indikator yang menilai persepsi pengguna terhadap keunikan dan kebaruan dari elemen-elemen permainan

Indikator	Pernyataan	Relevan	Kurang Relevan	Keterangan
<i>Imaginative</i>	Saya merasa fitur dan konsep dalam Aplikasi Shopee Games unik dan inovatif	✓		
	Aplikasi Shopee Games memberikan pengalaman yang kreatif dan menarik bagi saya	✓		
<i>Innovative</i>	Aplikasi Shopee Games menghadirkan fitur-fitur yang terasa baru dan berbeda bagi saya	✓		
	Saya merasa Aplikasi Shopee Games terus menghadirkan pembaruan mode game atau inovasi yang menarik.	✓		
<i>New</i>	Aplikasi Shopee Games selalu menawarkan konten atau fitur yang terasa baru dan segar.	✓		
	Saya jarang menemukan elemen-elemen baru (level, challenge, reward) di Aplikasi Shopee Games.	✓		

Variabel User Experience

Variabel *User Experience* (UX) dalam penelitian ini dioperasionalkan sebagai pengalaman keseluruhan pengguna ketika menggunakan fitur Shopee Games, yang dievaluasi melalui dua aspek utama, yaitu *Pragmatic Quality* dan *Hedonic Value* (Hart, 2014). Setiap aspek diukur melalui beberapa sub-aspek yang relevan untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang pengalaman pengguna.

Aspek : User Experience Hedonic Value

User experience (UX) hedonic value merujuk pada aspek pengalaman pengguna yang berkaitan dengan kesenangan, kepuasan emosional, dan kenikmatan yang diperoleh saat berinteraksi dengan suatu produk atau layanan. Dalam konteks ini, *hedonic value* berfokus pada bagaimana produk atau layanan dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan secara emosional, bukan hanya fungsionalitas atau utilitasnya.

Indikator	Pernyataan	Relevan	Kurang Relevan	Keterangan
<i>Efficiency</i>	Saya dapat menyelesaikan tugas/task di dalam game dengan cepat saat menggunakan Aplikasi Shopee Games.	✓		
	Saya merasa tugas/task di dalam game Shopee membutuhkan waktu yang lama untuk diselesaikan.	✓		
<i>Perspiciuity</i>	Antarmuka Aplikasi Shopee Games mudah dipahami bahkan saat pertama kali digunakan.	✓		
	Saya merasa kesulitan memahami cara menggunakan fitur-fitur di Aplikasi Shopee Games.	✓		
<i>Dependability</i>	Saya merasa dapat mengandalkan Aplikasi Shopee Games untuk selalu berfungsi dengan baik.	✓		
	Aplikasi Shopee Games seringkali tidak berfungsi dengan baik.	✓		

Aspek : User Experience Pragmatic Value

User experience (UX) pragmatic value merujuk pada aspek pengalaman pengguna yang berkaitan dengan utilitas, fungsionalitas, dan efisiensi produk atau layanan. Dalam konteks ini, *pragmatic value* berfokus pada seberapa baik produk atau layanan memenuhi kebutuhan praktis pengguna dan seberapa efektif pengguna dapat mencapai tujuan mereka saat berinteraksi dengan produk tersebut.

Indikator	Pernyataan	Relevan	Kurang Relevan	Keterangan
<i>Stimulation</i>	Aplikasi Shopee Games memberikan tantangan yang membuat saya tertarik untuk memainkannya.	✓		
	Saya merasa Aplikasi Shopee Games kurang menantang dan membuat saya kurang tertarik untuk bermain.	✓		
<i>Novelty</i>	Aplikasi Shopee Games selalu menawarkan elemen baru yang membuat saya tertarik untuk bermain, seperti level baru, mode baru, ataupun tantangan baru.	✓		
	Aplikasi Shopee Games jarang memperkenalkan fitur atau elemen baru yang menarik perhatian saya, seperti level baru, mode baru, ataupun tantangan baru.	✓		

Singaraja, 06 Maret 2025



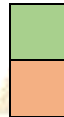
I Gusti Lanang Agung Raditya Putra, S.Pd., M.T.
NIP. 198908272019031008



Lampiran 4. Tabulasi Data Kuesioner

Warna hijau menyatakan pernyataan positif

Warna merah menyatakan pernyataan negatif



Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q 10	Q 11	Q 12	Q 13	Q 14	Q 15	Q 16	Q 17	Q 18	Q 19	Q 20	Q 21	Q 22	Q 23	Q 24	Q 25	Q 26	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	Y 10	
5	1	5	2	5	5	5	5	1	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	1	5	1	2	1	5	5	
4	4	5	3	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	1	4	2	3	4	5	5	4	1	4	1	5	1	4	1	4	4	3	3	4	5	4	4	4	1	3	3	4	4	4	1	4	1	4	1	
4	2	3	2	3	4	3	4	1	5	1	5	3	3	3	3	3	4	1	5	2	3	2	2	3	4	2	4	5	1	3	3	4	2	3	3	
5	1	5	2	4	5	5	5	5	1	4	2	4	2	4	2	5	5	4	2	5	5	4	4	4	2	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	
2	2	4	2	2	4	4	2	4	2	2	2	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	2	3	2	4	3	4	2	4	2	
5	1	5	1	4	5	5	5	4	2	4	2	5	1	4	2	4	4	4	2	5	5	4	4	4	2	4	2	5	1	5	1	5	1	5	2	
5	1	5	5	3	5	5	5	3	1	3	1	5	1	5	1	5	1	3	1	5	5	5	5	5	1	3	1	5	1	5	1	5	1	5	1	
2	4	2	4	2	4	2	2	4	3	2	2	2	4	2	4	2	2	4	4	4	4	3	4	4	2	3	3	4	2	4	2	4	2	4	2	
4	2	5	2	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	5	1	4	1	5	1	5	5	
4	2	5	1	5	5	5	5	4	4	5	3	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	1	4	3	4	1	2	5	4	1	4	2
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
5	5	5	1	3	5	5	5	5	1	5	1	5	1	5	1	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	1	4	2	5	1	5	1	5	1	5	1
4	2	4	2	3	4	3	3	4	2	4	3	4	2	3	2	4	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3
4	2	4	2	5	4	5	4	4	4	4	2	5	1	5	2	2	4	3	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	2	4	2	4	1	4	4	
5	1	4	1	5	5	4	4	4	2	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	2	4	1	4	2	

Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q 10	Q 11	Q 12	Q 13	Q 14	Q 15	Q 16	Q 17	Q 18	Q 19	Q 20	Q 21	Q 22	Q 23	Q 24	Q 25	Q 26	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	Y 10	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	2	5	1	4	3	4	4	4	1	4	2	4	1	5	1	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1
4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	2	2	4	2	2	4	4	4	2	4	2	2	2	2	2	4	2	4	4	4	2	4	2	4	2	4	4
5	3	4	2	3	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	
5	1	5	1	5	1	5	4	5	1	5	2	5	2	5	1	5	5	5	2	5	5	5	5	5	2	5	2	5	1	5	2	5	2	5	1	
4	3	5	3	4	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	
5	5	5	4	5	4	4	5	5	2	5	2	5	1	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	1	5	5	5	2	5	1	5	5	5	4	
5	1	5	1	5	1	5	5	5	1	3	1	5	1	4	2	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	1	4	1	5	2	5	2
5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3	5	4	5	2	5	4
5	1	5	1	3	5	5	5	4	1	5	1	5	1	5	1	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	2	4	3	5	1	5	1
5	4	3	5	4	4	5	3	5	1	5	4	5	1	5	1	5	4	3	5	5	4	3	5	4	1	5	2	5	4	3	1	5	1	4	5	
3	4	5	4	4	3	4	3	5	2	4	5	5	2	4	1	5	3	5	5	3	5	5	4	3	2	4	1	3	5	4	1	4	2	5	4	
5	3	4	5	3	5	3	5	4	1	5	5	5	2	5	1	5	4	4	5	3	5	5	3	5	1	5	2	5	4	3	2	5	1	4	5	
1	1	2	1	2	1	1	2	1	5	1	2	1	5	1	5	1	1	2	1	1	1	1	2	1	5	1	5	1	3	1	5	1	5	1	2	
2	5	1	5	2	2	2	2	2	4	1	2	2	4	2	4	2	3	1	3	2	3	2	1	2	4	1	5	1	2	3	4	1	4	1	2	
5	1	5	1	5	5	5	4	5	1	5	1	5	1	5	1	5	5	5	1	5	5	4	5	4	1	5	1	5	4	5	5	5	1	5	1	
4	2	4	2	4	3	4	5	4	2	4	2	4	2	4	1	4	3	4	1	3	4	5	3	5	1	4	2	4	5	3	5	4	2	4	1	
5	1	5	1	5	4	5	3	5	1	5	1	5	1	5	2	5	5	3	1	5	3	4	3	4	1	5	1	5	1	5	4	5	1	5	2	
4	2	4	2	4	5	3	5	4	2	4	2	4	2	4	2	4	5	5	2	4	5	5	4	5	1	4	2	4	1	4	5	5	1	4	1	
5	1	5	1	5	4	5	4	5	1	5	1	5	1	5	1	5	3	4	1	5	3	4	5	3	1	5	1	5	2	5	3	4	2	5	2	
4	2	4	2	3	5	4	3	4	2	4	2	5	2	4	2	4	5	3	1	3	5	5	4	5	1	4	1	4	2	4	3	5	1	4	2	
5	1	5	1	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	1	4	5	5	1	4	4	4	5	4	1	5	1	5	1	5	1	5	1	4	1	

Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q 10	Q 11	Q 12	Q 13	Q 14	Q 15	Q 16	Q 17	Q 18	Q 19	Q 20	Q 21	Q 22	Q 23	Q 24	Q 25	Q 26	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	Y 10
4	2	4	2	3	4	5	4	4	5	3	5	3	4	5	2	5	3	5	2	4	5	4	3	4	1	4	2	4	2	4	1	4	2	5	2
5	1	5	2	5	3	4	5	5	3	5	5	5	5	5	1	4	3	3	2	5	4	5	5	4	1	5	1	5	2	5	2	5	2	4	2
4	2	3	2	5	5	3	5	5	3	5	5	5	3	4	1	4	5	4	2	3	4	4	4	5	1	4	1	4	1	5	1	5	1	4	2
5	1	4	1	4	3	5	5	4	5	4	5	4	5	3	2	5	4	5	2	5	5	4	3	5	1	5	1	5	2	3	1	5	1	5	2
5	2	4	1	5	5	5	5	4	3	5	5	4	4	5	1	5	4	5	2	5	5	4	5	3	1	4	2	4	1	5	1	3	2	5	1
4	1	5	2	4	3	4	5	5	5	3	5	5	3	5	2	5	5	4	1	4	3	5	4	5	1	5	1	5	2	5	1	5	1	4	1
5	2	4	2	5	4	5	4	3	4	5	5	4	5	5	1	5	4	5	2	5	4	4	5	4	1	4	2	4	1	4	2	4	2	5	1
4	1	5	1	4	5	4	5	5	3	5	4	4	4	4	1	4	5	3	1	5	5	3	4	5	1	4	1	5	2	5	2	5	2	4	2
5	2	4	2	5	3	5	5	4	5	3	5	5	3	5	2	5	4	5	2	4	4	5	5	3	1	5	2	4	1	4	2	4	1	5	2
4	1	5	1	4	5	3	4	5	5	5	1	4	1	5	1	3	5	4	2	4	4	3	5	5	1	4	1	5	1	4	2	3	1	3	2
5	2	4	2	5	3	5	4	4	4	4	1	4	2	4	2	5	3	5	1	3	5	4	4	4	1	5	2	4	2	5	1	5	2	4	2
4	1	5	1	5	3	4	5	5	3	5	1	5	1	5	2	4	5	4	1	5	4	5	4	5	1	4	2	5	2	4	1	4	1	5	2
5	2	4	2	4	5	5	4	4	5	4	1	4	2	3	1	3	4	5	2	3	5	3	5	3	1	3	1	4	1	3	2	3	1	4	2
4	1	5	2	3	3	3	5	3	4	5	2	5	1	3	2	4	5	3	1	5	4	5	3	4	2	5	2	3	2	4	1	3	2	5	1
5	1	5	1	4	5	4	4	5	1	5	2	5	4	5	1	5	5	4	2	5	5	4	4	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1
4	2	5	1	4	4	4	5	4	2	4	1	4	4	5	2	5	4	5	1	4	4	4	4	5	1	4	2	5	1	4	1	4	1	5	2
5	1	5	1	5	4	4	4	5	1	5	2	5	4	4	1	4	5	4	2	5	5	4	4	5	2	5	1	5	1	5	2	5	2	4	1
5	2	4	1	5	3	3	5	3	5	3	2	3	2	5	1	5	3	5	2	4	5	3	5	5	1	4	1	5	2	4	1	5	1	4	2
4	2	5	1	5	5	4	5	4	2	4	1	4	4	5	2	5	4	5	1	4	4	4	4	4	1	4	2	5	2	4	1	4	1	5	2
4	1	5	2	4	5	4	5	5	4	5	1	5	1	5	1	5	3	5	2	4	5	5	3	4	1	4	1	5	1	4	2	4	2	5	2
5	1	4	2	5	5	5	4	5	1	5	2	5	5	4	1	4	4	4	2	5	5	4	4	5	2	5	1	4	2	5	2	5	2	4	1
5	2	4	1	5	4	5	3	4	5	3	2	4	2	4	1	4	5	4	2	5	3	4	5	4	2	5	2	5	1	5	2	5	1	5	2

Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q 10	Q 11	Q 12	Q 13	Q 14	Q 15	Q 16	Q 17	Q 18	Q 19	Q 20	Q 21	Q 22	Q 23	Q 24	Q 25	Q 26	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	Y 10	
4	2	4	2	4	4	5	5	4	2	4	1	4	4	4	2	5	5	4	1	4	5	4	5	4	1	4	2	4	2	4	1	4	1	5	2	
4	1	5	2	4	5	3	5	5	3	5	1	5	1	5	2	5	3	5	1	5	5	3	5	5	2	4	1	4	2	4	2	4	2	4	1	
4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	
4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	2	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
5	1	5	1	3	5	5	5	5	1	5	1	5	1	5	1	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1
5	4	5	2	5	4	4	5	4	4	5	1	5	1	4	1	4	4	5	1	5	4	5	4	4	1	5	1	4	1	4	2	5	2	5	4	
4	1	5	2	5	2	5	5	4	5	4	2	5	4	5	1	5	5	4	1	4	5	4	4	5	2	5	2	4	1	5	2	5	4	5	4	
4	1	5	2	5	2	5	5	5	4	5	1	4	5	5	1	4	4	5	2	5	5	4	4	5	1	4	1	5	2	4	1	4	5	5	4	
5	2	4	1	5	1	5	4	5	4	5	1	5	4	4	2	5	5	4	1	4	5	5	5	4	1	4	1	5	1	5	2	5	4	4	5	
4	1	5	2	4	2	4	5	4	5	4	2	4	5	5	1	4	4	5	1	5	4	5	4	5	2	5	2	4	2	5	1	5	5	4	4	
5	2	4	2	5	1	4	4	4	5	5	2	5	4	5	2	5	5	4	1	4	5	4	5	4	1	5	2	4	1	4	1	5	5	4	4	
4	1	5	1	4	2	5	5	5	4	4	1	4	5	5	1	4	5	5	2	5	4	5	4	5	2	4	1	5	2	5	2	4	5	5	4	
4	1	5	1	4	2	5	5	5	1	5	1	4	5	5	1	4	5	5	2	5	4	5	4	5	2	4	1	5	1	5	1	4	5	5	4	
5	2	4	1	5	2	5	5	5	1	5	2	5	4	5	1	5	4	4	1	4	5	5	5	5	1	4	1	4	2	5	2	5	4	4	5	
4	1	5	1	5	1	4	4	4	2	5	1	4	5	5	1	5	5	4	2	5	4	4	5	5	1	5	2	5	1	4	1	4	5	5	4	
5	2	4	1	4	2	5	5	5	1	4	2	5	4	5	2	4	4	5	1	5	5	4	4	5	1	5	1	4	2	5	2	5	4	5	4	
4	1	4	2	5	1	4	4	5	2	5	1	4	5	4	1	5	5	4	2	4	5	5	5	4	2	4	2	5	1	4	1	4	5	4	5	
5	2	5	1	4	2	5	5	4	1	5	1	4	5	4	1	5	4	5	1	5	4	4	5	5	1	5	1	4	2	5	2	5	4	5	4	
5	1	5	1	5	1	4	5	5	1	5	2	5	4	5	1	5	5	4	1	5	5	5	4	5	1	4	2	5	1	5	2	5	1	5	4	
4	1	5	1	4	5	5	5	5	2	4	1	4	5	4	2	5	5	4	1	5	5	5	5	4	1	5	1	5	2	4	1	4	2	5	5	
4	1	5	1	4	5	5	5	5	2	5	2	4	4	5	1	4	5	5	1	5	5	5	5	5	1	4	1	5	2	4	1	5	1	5	5	
5	2	4	2	5	4	4	5	5	1	4	1	5	5	4	2	5	4	4	1	5	4	4	5	5	1	5	2	4	1	5	2	4	2	5	5	

Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q 10	Q 11	Q 12	Q 13	Q 14	Q 15	Q 16	Q 17	Q 18	Q 19	Q 20	Q 21	Q 22	Q 23	Q 24	Q 25	Q 26	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	Y 10
4	1	5	1	4	5	5	4	4	2	5	2	4	5	5	1	4	5	4	2	4	5	4	4	5	2	4	1	5	2	4	1	5	1	4	4
4	1	5	2	5	4	4	5	5	1	4	1	5	4	5	1	4	4	5	1	5	4	5	5	4	1	5	2	4	1	5	2	4	2	5	4
5	2	5	1	4	5	5	4	5	2	5	2	4	5	4	2	5	5	4	2	5	4	5	4	5	2	4	1	5	2	5	1	5	1	4	5
5	1	4	2	5	4	5	4	4	1	5	2	4	5	5	1	4	5	4	2	5	5	4	5	5	2	5	1	5	2	5	2	5	2	5	1
4	2	4	2	4	5	5	5	5	2	5	1	4	4	4	2	5	5	5	1	4	4	4	5	4	1	4	2	5	2	4	1	4	1	4	2
5	2	4	1	5	5	5	4	4	1	4	2	4	4	5	1	4	5	4	2	5	4	4	4	5	2	4	2	5	1	5	2	4	2	5	1
4	2	4	2	4	5	5	5	5	2	5	1	5	1	5	1	4	5	4	2	5	4	4	4	5	2	4	2	5	1	5	2	4	2	5	1
5	1	5	1	4	5	4	4	4	1	4	2	4	2	4	1	5	5	5	1	4	4	4	5	4	1	5	1	5	2	5	1	5	1	4	2
4	2	5	1	4	4	4	4	5	1	5	1	5	1	5	1	5	5	4	1	4	5	4	5	4	1	4	2	5	2	4	1	4	1	4	1
5	1	5	2	4	4	5	4	4	2	4	2	4	2	4	2	4	5	5	2	5	5	4	5	5	2	5	1	5	2	5	2	5	2	5	2
4	1	5	2	5	5	5	5	5	1	4	1	5	2	5	2	5	5	4	2	4	4	4	5	4	2	4	1	5	2	4	1	4	2	5	1
5	2	5	1	5	5	5	4	4	1	5	2	4	2	5	1	4	5	5	1	4	5	4	5	5	2	5	2	5	2	5	2	4	2	4	1
4	2	5	1	4	5	5	5	5	1	4	1	5	2	4	2	5	4	4	1	5	5	4	5	4	1	5	1	5	1	4	2	5	2	5	2
5	2	5	1	5	5	4	4	4	2	5	1	5	2	4	1	4	5	5	1	5	4	4	4	5	1	5	1	5	2	5	1	4	2	4	1
4	2	5	1	4	5	4	5	5	2	4	1	4	2	5	2	5	5	4	2	5	5	4	4	4	2	5	2	5	2	4	1	4	1	4	2
5	2	5	2	5	5	4	5	5	2	5	2	5	1	4	2	5	4	5	1	5	5	4	5	5	2	4	2	5	1	5	1	5	2	5	1
4	2	5	1	5	5	5	5	4	2	4	2	5	1	5	1	5	5	4	1	4	5	5	5	4	2	4	1	5	1	4	2	4	1	4	2
5	2	5	1	5	5	4	4	5	2	5	2	4	1	4	2	4	4	4	2	5	5	4	4	5	1	5	2	5	1	5	1	5	2	5	2
4	2	5	2	5	5	4	5	5	1	4	2	4	1	5	1	4	5	5	2	5	4	4	5	4	1	5	1	4	2	5	1	4	2	4	1
4	1	4	2	5	5	5	4	4	1	5	1	5	1	4	2	5	5	4	1	5	4	5	4	4	2	4	2	4	2	4	1	5	2	5	2
5	1	4	2	5	4	4	4	5	2	4	2	4	1	5	1	4	5	5	2	4	5	4	4	4	1	5	2	5	1	4	2	4	2	4	1
4	1	4	2	4	4	4	5	5	1	5	2	5	1	4	1	5	5	4	1	5	5	4	5	5	2	4	2	5	1	5	1	5	2	5	2

Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q 10	Q 11	Q 12	Q 13	Q 14	Q 15	Q 16	Q 17	Q 18	Q 19	Q 20	Q 21	Q 22	Q 23	Q 24	Q 25	Q 26	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	Y 10
5	1	4	1	5	4	5	5	5	1	4	1	4	1	5	2	4	5	5	2	4	5	4	4	5	1	5	2	5	1	4	2	4	2	5	1
4	1	4	1	4	4	5	4	5	1	5	1	5	1	4	1	5	5	4	1	5	4	4	5	4	2	4	2	4	1	5	1	5	2	5	2
5	2	4	1	5	5	4	5	4	1	4	2	4	1	5	2	4	5	5	2	5	4	4	4	4	1	5	1	4	1	4	2	5	2	4	1
4	2	4	2	4	5	5	4	5	1	5	1	5	2	4	1	4	4	5	1	4	4	4	4	5	2	4	1	5	2	4	2	4	2	5	2
5	1	4	2	5	4	5	5	4	1	4	2	4	2	5	2	5	5	4	2	5	4	4	4	4	2	5	2	5	1	5	2	5	2	4	1
4	1	5	1	5	4	4	4	5	1	5	1	5	2	4	1	5	5	5	1	4	4	4	5	5	2	4	2	5	2	4	2	4	2	5	2
5	1	4	1	5	5	4	5	4	1	4	2	4	2	5	2	4	5	4	2	5	4	4	4	4	1	5	2	4	2	4	1	4	2	4	1
4	1	5	2	5	5	5	4	5	1	5	2	5	2	4	1	5	4	5	1	4	4	4	5	5	2	5	2	5	1	5	2	5	2	5	2
5	1	5	1	4	5	5	4	4	1	4	1	4	2	5	2	4	4	4	2	4	4	5	4	5	2	4	2	5	2	5	1	4	2	5	1
4	1	5	1	5	5	4	5	5	2	5	1	5	2	4	1	5	4	5	1	4	4	5	4	4	2	5	2	5	2	4	2	5	2	4	2
4	2	5	1	4	5	5	4	4	2	4	2	4	2	5	2	5	5	5	2	5	4	4	4	5	1	5	2	4	1	5	2	4	2	5	1
5	2	5	2	4	5	4	4	5	2	5	1	5	1	4	1	4	4	4	2	4	4	5	4	5	2	4	2	5	2	4	1	5	2	4	2
4	2	5	2	5	5	4	5	4	2	5	2	4	1	5	2	5	5	4	2	5	4	4	4	5	1	5	2	4	1	4	1	4	1	5	2
5	2	5	1	4	5	4	4	5	2	4	1	5	1	4	1	4	4	5	1	4	4	4	5	4	2	4	2	4	2	5	1	5	1	5	1
4	2	5	1	5	5	5	4	5	2	5	2	4	1	5	2	5	4	4	2	5	5	4	5	4	1	5	2	5	1	4	2	4	1	4	2
5	2	4	2	5	4	4	4	4	2	4	1	5	1	4	1	4	4	5	1	4	5	4	5	5	2	4	2	5	2	5	1	5	2	5	1
4	1	5	1	4	4	4	5	5	1	5	2	4	1	5	2	5	4	4	2	5	4	4	4	4	1	5	1	5	2	4	2	4	2	4	2
5	1	4	2	4	4	5	4	4	1	4	1	5	1	4	1	4	4	5	1	4	4	4	5	5	2	4	2	5	2	5	1	5	1	5	2
4	1	5	2	4	5	4	5	5	1	5	2	4	1	5	2	5	5	4	2	5	4	4	4	4	1	5	2	5	1	4	2	4	1	5	1
5	1	4	1	5	4	5	4	5	4	4	1	5	1	5	2	4	4	5	1	5	5	5	4	5	2	5	2	5	1	5	1	5	1	5	1
5	2	5	2	3	5	3	5	3	5	3	1	4	2	4	2	5	3	4	1	3	4	3	5	3	2	5	1	4	1	3	2	5	1	4	1
4	1	4	1	5	3	4	4	5	3	5	2	5	1	5	1	3	5	3	2	5	5	4	4	5	2	5	2	4	2	5	1	3	1	4	2

Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q 10	Q 11	Q 12	Q 13	Q 14	Q 15	Q 16	Q 17	Q 18	Q 19	Q 20	Q 21	Q 22	Q 23	Q 24	Q 25	Q 26	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	Y 10
5	2	3	2	4	3	5	4	4	3	5	1	5	1	4	1	3	3	5	2	5	5	4	3	4	1	4	1	5	2	5	1	5	2	3	1
4	1	4	1	5	4	4	4	5	5	4	1	4	2	5	2	4	5	3	1	3	4	5	5	5	1	5	2	3	2	4	1	4	1	4	1
5	2	5	2	3	5	3	4	3	4	5	2	5	1	4	2	5	3	5	1	5	3	4	3	4	1	4	1	4	1	5	2	5	2	5	1
4	1	4	1	4	3	5	3	5	3	4	2	4	2	5	1	4	5	3	1	3	5	5	4	5	1	3	2	5	2	4	2	4	1	4	2
5	2	5	2	5	4	3	4	4	5	5	1	5	1	3	2	5	3	5	1	5	3	3	5	3	2	5	1	5	1	5	1	5	2	3	2
4	1	3	1	4	5	4	3	4	3	4	2	4	2	4	1	4	5	3	1	4	5	4	4	5	2	4	2	4	2	3	1	4	1	5	1
5	2	5	2	5	3	5	3	5	4	5	2	5	1	5	2	5	3	5	1	5	3	5	3	5	2	5	1	5	1	5	2	5	2	4	1
4	1	4	2	3	3	5	3	3	3	3	2	4	2	3	2	3	3	4	2	3	4	3	5	3	1	4	2	4	2	4	2	4	1	5	2
5	2	5	1	4	4	3	4	3	3	5	1	5	1	4	2	5	4	5	2	5	5	4	3	5	2	5	1	5	1	5	1	5	2	4	1
4	1	4	2	5	3	5	3	5	4	3	2	4	2	5	1	3	3	5	1	5	3	5	4	3	2	4	2	4	2	4	2	4	1	5	2
5	2	3	1	4	5	3	4	3	4	5	1	5	1	4	2	5	4	3	2	4	5	3	5	4	1	5	1	5	1	3	2	5	2	3	1
4	1	4	2	5	4	5	3	5	3	4	2	4	2	5	1	3	5	4	1	5	3	5	4	5	2	4	2	4	2	4	1	4	1	5	2
5	2	3	1	4	3	5	3	4	4	5	1	3	1	4	1	5	3	5	2	4	5	3	5	3	1	5	1	5	1	3	2	5	2	4	2
4	1	4	2	3	5	3	4	5	3	4	1	5	2	5	2	3	5	3	1	5	3	5	3	4	2	3	2	4	1	5	2	4	1	3	1
5	2	5	1	4	4	5	3	4	5	3	2	4	1	4	1	5	3	5	2	4	5	3	4	5	1	5	1	3	2	3	1	3	1	5	2
4	1	4	2	5	5	3	4	5	3	3	2	4	1	5	1	4	5	4	2	4	3	5	3	4	1	4	2	5	1	5	2	4	2	5	2
4	1	4	2	5	5	3	4	5	3	5	2	5	1	4	1	5	5	4	2	3	5	3	4	5	1	5	1	4	2	4	2	4	2	5	2
4	1	5	1	4	3	5	3	5	3	4	2	4	2	4	2	4	4	5	1	5	4	5	5	3	2	4	2	5	1	5	2	5	1	4	1
5	2	4	2	5	4	4	3	3	5	3	1	5	1	5	1	5	3	4	2	4	5	3	4	5	1	5	1	4	2	4	1	4	2	5	2
4	1	5	1	4	5	5	3	5	3	5	2	4	2	4	2	4	5	3	1	5	3	5	3	5	1	4	2	5	1	5	2	5	1	4	1
5	2	4	2	5	4	3	5	4	5	3	1	5	1	5	1	5	3	5	1	5	5	3	4	4	2	5	1	4	2	4	2	4	2	5	2
4	1	5	1	4	5	4	4	5	3	5	2	4	2	4	2	4	5	3	1	4	3	5	3	5	2	4	2	5	1	5	2	5	1	4	2

Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q 10	Q 11	Q 12	Q 13	Q 14	Q 15	Q 16	Q 17	Q 18	Q 19	Q 20	Q 21	Q 22	Q 23	Q 24	Q 25	Q 26	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	Y 10
5	2	4	2	3	3	5	4	3	5	3	2	5	1	3	2	3	5	5	1	3	5	4	5	3	2	3	1	4	2	4	2	4	2	5	2
3	1	4	1	3	5	3	3	4	4	5	2	4	2	5	1	5	3	5	2	5	3	4	4	5	1	5	2	5	1	5	1	5	1	4	2
5	2	5	1	4	3	4	3	5	3	4	2	5	1	3	1	3	5	3	1	4	5	3	5	3	1	4	1	3	1	3	2	3	2	5	2
5	4	5	2	5	4	5	4	5	2	5	2	4	2	5	4	5	4	2	5	4	5	4	5	4	5	5	1	5	2	5	1	5	3	4	5
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	5	4	5	4	5	1	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	1	4	1	5	4	5	4
5	4	5	4	5	2	4	5	5	4	5	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	1	5	2	5	4	5	4
5	4	5	1	5	4	5	4	5	4	5	1	5	4	5	1	5	4	1	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	2	5	1	5	2
5	4	5	4	5	3	5	4	5	4	5	2	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	1	5	1	5	4	5	1	5	2	5	1
5	2	5	2	5	4	5	4	5	5	4	2	5	2	5	2	5	5	4	2	5	4	5	5	4	2	5	2	5	4	5	2	5	2	5	2
4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	3	5	5	4	4	4	5	5	4	3	5	4	2	5	2	4	2	4	1	4	2	5	4
4	5	4	4	5	5	4	5	3	5	4	5	5	5	5	4	3	5	4	4	4	5	5	3	4	2	5	2	5	3	5	2	5	2	4	2
5	2	5	1	5	4	5	5	5	1	5	1	5	1	5	1	5	5	4	2	5	5	4	4	5	2	5	2	5	2	5	2	5	1	5	2
5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	3	4	4	5	3	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	3	4	1	4	2	5	2	5	2	4	2
4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	3	5	4	2	4	3	4	1	4	1	5	3	4	2
5	2	5	1	5	4	4	5	5	1	5	1	5	2	5	2	5	4	5	4	5	4	4	5	4	1	5	2	5	2	5	2	5	2	5	2
4	4	3	3	5	4	4	5	4	5	3	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	3	1	4	2	4	2	5	2	4	2	3	1
5	2	5	2	5	4	5	4	4	2	5	1	5	2	5	1	5	4	5	2	5	4	5	5	4	2	5	2	5	2	5	1	5	2	5	2
5	2	5	1	5	4	5	4	5	1	5	2	5	2	5	2	5	4	5	5	5	4	4	5	4	1	5	2	5	2	5	2	5	2	5	2
5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5
4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4
4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	3	4	5	4
5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5

Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q 10	Q 11	Q 12	Q 13	Q 14	Q 15	Q 16	Q 17	Q 18	Q 19	Q 20	Q 21	Q 22	Q 23	Q 24	Q 25	Q 26	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	Y 10
5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4
4	1	4	2	4	5	4	5	4	5	5	2	5	2	4	2	4	5	5	4	4	4	5	4	5	2	5	2	4	2	5	2	5	2	4	2
5	2	4	2	4	1	4	5	5	4	4	2	4	2	4	1	5	4	4	5	4	5	4	4	5	2	5	2	4	2	4	1	5	2	4	2
5	2	4	2	4	1	4	5	5	2	4	1	5	2	4	1	4	5	4	4	5	5	4	5	4	1	5	4	5	2	4	1	5	2	4	1
4	1	4	2	4	5	4	4	5	4	5	2	4	2	4	1	5	2	4	5	5	4	5	5	4	2	4	5	4	2	5	2	2	1	4	2
4	2	4	1	4	4	5	4	5	2	4	1	5	2	4	1	5	4	5	4	5	5	4	5	4	2	5	2	4	2	4	1	5	2	4	1
4	2	5	2	4	4	4	4	5	2	5	2	4	1	5	2	5	5	4	2	5	4	4	5	4	1	5	2	4	2	5	2	4	1	5	1
5	1	5	2	4	5	5	4	4	2	4	1	5	1	5	1	5	4	5	1	4	4	4	5	5	2	4	2	5	1	5	1	5	1	4	2
4	1	5	1	5	5	4	5	5	2	5	2	4	1	4	1	4	5	4	2	4	4	4	4	4	1	5	2	5	2	5	1	4	1	5	1
5	1	4	2	5	5	5	4	4	2	4	1	5	1	5	2	4	4	5	1	5	4	5	5	4	2	4	2	5	1	4	2	5	2	4	1
4	1	4	1	4	5	5	5	5	2	5	2	4	2	5	1	5	4	4	2	4	4	5	4	5	1	5	1	5	1	5	2	4	2	5	2
5	2	4	1	4	5	4	4	4	2	4	1	5	2	4	2	4	4	4	1	5	4	5	5	4	2	4	1	4	2	5	1	5	2	4	1
4	2	4	2	5	5	5	4	5	1	5	2	4	2	5	1	5	5	4	1	4	4	5	4	5	1	5	1	5	1	4	2	4	2	5	2
5	2	5	1	5	5	4	5	4	1	4	1	5	1	4	1	4	5	5	2	5	4	5	5	4	2	4	1	4	2	5	1	5	2	4	1
4	2	5	1	5	4	4	4	5	2	5	1	5	1	5	2	5	5	4	1	4	4	5	4	5	1	5	1	5	1	4	2	5	2	5	2
5	1	4	2	5	5	5	4	4	2	4	2	4	2	5	1	4	5	5	2	5	4	4	5	4	2	4	2	5	2	5	1	4	1	4	1
5	1	5	1	5	5	4	5	5	1	5	1	5	1	4	2	4	4	4	1	5	4	5	4	5	1	5	2	4	1	5	2	5	2	4	2
5	2	5	1	4	4	5	4	4	1	4	2	4	1	5	1	5	5	4	2	4	4	4	5	4	2	4	1	5	2	4	1	4	1	5	1
4	2	5	1	5	5	4	5	5	2	5	1	5	2	4	1	4	5	5	1	5	4	5	5	5	1	5	2	5	2	5	2	5	2	4	2
5	2	5	2	4	5	4	4	4	1	4	2	4	2	5	2	5	4	4	2	4	4	5	4	4	2	4	2	5	1	4	2	4	1	5	1
5	2	4	1	4	5	5	4	4	1	5	1	5	1	4	1	4	4	5	1	4	4	4	5	5	1	5	1	4	2	5	1	5	2	4	2
4	1	4	1	5	4	4	5	5	2	4	1	4	2	5	2	5	4	4	2	5	4	4	4	4	2	4	1	5	1	4	2	4	1	5	1

Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	Q 5	Q 6	Q 7	Q 8	Q 9	Q 10	Q 11	Q 12	Q 13	Q 14	Q 15	Q 16	Q 17	Q 18	Q 19	Q 20	Q 21	Q 22	Q 23	Q 24	Q 25	Q 26	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	Y 10
5	2	5	2	4	5	5	4	4	2	5	2	5	2	4	1	4	5	5	1	4	5	5	4	5	1	5	2	5	2	5	1	5	2	4	1
4	2	5	1	5	5	4	5	4	1	4	1	4	2	5	2	5	4	4	2	5	5	4	5	5	2	4	1	4	2	4	2	4	2	5	2
5	1	5	1	4	5	4	4	5	2	5	1	5	1	4	2	4	4	5	1	5	5	5	4	4	1	5	2	4	1	5	1	5	1	4	1
4	2	5	1	5	4	4	5	4	1	4	2	4	2	5	1	5	4	4	2	4	5	4	5	5	2	4	1	4	1	4	2	4	2	5	2
5	2	4	2	5	4	5	4	5	1	5	1	5	1	4	1	4	5	5	1	5	4	4	5	4	1	5	2	5	1	4	1	5	1	4	1
4	2	4	1	4	4	5	5	4	2	4	1	4	2	5	2	5	5	4	2	4	4	5	4	5	2	4	1	4	2	5	1	4	2	5	2
5	2	4	1	5	4	4	4	5	2	5	2	5	1	4	1	4	5	5	1	4	4	4	5	5	1	5	2	4	2	4	2	5	1	4	1
4	2	5	2	5	5	5	4	4	1	4	1	5	2	5	2	5	4	4	2	5	4	4	4	4	2	5	2	5	1	5	2	4	2	5	1
5	1	4	1	5	4	4	4	5	2	4	2	4	2	5	1	4	5	5	1	4	5	4	4	5	1	5	2	5	2	4	1	5	1	4	2
4	1	5	2	5	4	5	5	5	1	4	1	5	2	4	2	5	5	4	2	5	4	4	4	4	2	4	1	5	2	5	2	4	1	5	1
5	2	4	2	4	5	5	4	4	2	5	2	4	2	5	1	4	4	5	1	4	4	5	5	4	1	5	2	4	1	4	1	5	2	5	2
4	2	5	1	4	4	4	5	5	1	4	2	5	1	4	2	5	4	5	2	5	4	4	4	5	2	4	2	5	1	5	2	4	1	4	1
5	2	5	2	5	4	4	4	4	1	5	1	4	2	5	1	5	4	4	1	4	4	4	5	5	1	5	1	4	2	4	1	5	2	4	2
4	1	4	2	5	5	4	5	5	2	4	2	4	1	4	2	4	4	5	2	5	5	4	5	4	1	4	2	4	2	5	2	4	1	5	2
5	2	4	1	4	4	4	4	4	2	3	2	4	2	3	2	4	3	3	2	3	4	3	3	3	2	4	2	4	2	3	2	4	2	3	2
5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5



Lampiran 5. Variabel View SPSS

DATA X dan Y.sav [DataSet1] - IBM SPSS Statistics Data Editor

	Name	Type	Width	Decimals	Label	Values	Missing	Columns	Align	Measure	Role
1	Q1	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Ordinal	Input
2	Q2	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Ordinal	Input
3	Q3	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Ordinal	Input
4	Q4	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Ordinal	Input
5	Q5	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Ordinal	Input
6	Q6	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Ordinal	Input
7	Q7	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Ordinal	Input
8	Q8	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Ordinal	Input
9	Q9	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Ordinal	Input
10	Q10	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Ordinal	Input
11	Q11	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Ordinal	Input
12	Q12	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Ordinal	Input
13	Q13	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Ordinal	Input
14	Q14	Numeric	7	2		None	None	8	Right	Ordinal	Input
15	Q15	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Ordinal	Input
16	Q16	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Ordinal	Input
17	Q17	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Ordinal	Input
18	Q18	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Ordinal	Input
19	Q19	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Ordinal	Input
20	Q20	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Ordinal	Input
21	Q21	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Ordinal	Input
22	Q22	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Ordinal	Input
23	Q23	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Ordinal	Input
24	Q24	Numeric	8	2		None	None	8	Right	Ordinal	Input

Data View Variable View

IBM SPSS Statistics Processor is ready Unicode ON

Lampiran 6. Data View SPSS

DATA X dan Y.sav [DataSet1] - IBM SPSS Statistics Data Editor

	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15
1	5.00	5.00	5.00	4.00	1.00	5.00	5.00	5.00	1.00	1.00	5.00	1.00	5.00	5.00	5.00
2	4.00	2.00	5.00	3.00	2.00	4.00	5.00	5.00	5.00	2.00	5.00	1.00	5.00	2.00	4.00
3	5.00	5.00	4.00	4.00	3.00	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00
4	4.00	4.00	3.00	4.00	3.00	4.00	3.00	4.00	1.00	1.00	1.00	3.00	3.00	3.00	3.00
5	5.00	5.00	5.00	4.00	2.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
6	2.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	2.00	4.00	4.00	2.00	4.00	4.00	2.00	4.00
7	5.00	5.00	5.00	5.00	2.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00
8	5.00	5.00	5.00	1.00	3.00	5.00	5.00	5.00	3.00	5.00	3.00	5.00	5.00	5.00	5.00
9	2.00	2.00	2.00	2.00	4.00	4.00	2.00	2.00	4.00	3.00	2.00	4.00	2.00	2.00	2.00
10	4.00	4.00	5.00	4.00	1.00	4.00	5.00	5.00	4.00	2.00	4.00	2.00	5.00	1.00	5.00
11	4.00	4.00	5.00	5.00	1.00	5.00	5.00	5.00	4.00	2.00	5.00	3.00	4.00	4.00	4.00
12	1.00	5.00	1.00	5.00	5.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00	5.00	1.00	5.00	1.00
13	5.00	1.00	5.00	5.00	3.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
14	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00
15	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	1.00	4.00	5.00	4.00	2.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00
16	5.00	5.00	4.00	5.00	1.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	2.00	4.00	4.00	4.00	4.00
17	5.00	1.00	5.00	1.00	1.00	5.00	5.00	5.00	5.00	1.00	5.00	1.00	5.00	1.00	5.00
18	5.00	4.00	5.00	5.00	2.00	3.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00
19	4.00	4.00	4.00	4.00	2.00	4.00	4.00	4.00	2.00	2.00	4.00	4.00	4.00	4.00	2.00
20	5.00	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	1.00	5.00	1.00	3.00	2.00	4.00	4.00
21	5.00	5.00	5.00	5.00	1.00	1.00	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00
22	4.00	3.00	5.00	3.00	2.00	5.00	5.00	5.00	4.00	2.00	5.00	3.00	5.00	1.00	5.00

Data View Variable View

IBM SPSS Statistics Processor is ready Unicode ON

Lampiran 7. Uji Validitas Variabel X

```
GET
FILE='F:\Skripsi GamUX\Skripsi\SKRIPSI\Instrument\Pengolahan Data\DATA X dan Y Baru.sav'.
DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.
CORRELATIONS
/VARIABLES=Q1 Q2 Q3 Q4 Q6 Q7 Q8 Q9 Q10 Q11 Q12 Q13 Q14 Q15 Q16 Q17 Q18 Q19 Q20 Q21 Q22 Q23 Q24
Q25 TOTAL_X
/PRINT=TWOTAIL NOSIG FULL
/MISSING=PAIRWISE.
```

Correlations

[DataSet1] F:\Skripsi GamUX\Skripsi\SKRIPSI\Instrument\Pengolahan Data\DATA X dan Y Baru.sav

		Q1	Q2	Q3	Q4	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11
Q1	Pearson Correlation	1	-.036	.360**	.061	.119	.430**	.326**	.199**	.079	.391**
	Sig. (2-tailed)		.603	.000	.382	.086	.000	.000	.004	.257	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q2	Pearson Correlation	-.036	1	.084	.696**	-.059	.045	-.058	.031	.313**	.058
	Sig. (2-tailed)	.603		.229	.000	.400	.520	.409	.653	.000	.408
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q3	Pearson Correlation	.360**	.084	1	.180**	.224**	.379**	.464**	.434**	.170*	.488**
	Sig. (2-tailed)	.000	.229		.009	.001	.000	.000	.000	.014	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q4	Pearson Correlation	.061	.696**	.180**	1	-.041	.097	-.041	.076	.324**	.128
	Sig. (2-tailed)	.382	.000	.009		.556	.161	.556	.274	.000	.065
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208

Page 1

		Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	Q21
Q1	Pearson Correlation	.005	.482**	.141*	.334**	.112	.370**	.223**	.307**	.003	.399**
	Sig. (2-tailed)	.945	.000	.042	.000	.107	.000	.001	.000	.963	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q2	Pearson Correlation	.462**	-.008	.287**	.068	.639**	-.062	.074	.074	.604**	.078
	Sig. (2-tailed)	.000	.905	.000	.329	.000	.370	.286	.286	.000	.260
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q3	Pearson Correlation	.068	.463**	.051	.457**	.066	.516**	.332**	.335**	.048	.504**
	Sig. (2-tailed)	.327	.000	.467	.000	.345	.000	.000	.000	.493	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q4	Pearson Correlation	.511**	-.022	.291**	.073	.607**	.005	.162*	.064	.560**	.115
	Sig. (2-tailed)	.000	.757	.000	.293	.000	.941	.020	.359	.000	.099
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208

		Q22	Q23	Q24	Q25	Gamification
Q1	Pearson Correlation	.399**	.253**	.391**	.289**	.480**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208
Q2	Pearson Correlation	-.070	.069	-.021	.085	.461**
	Sig. (2-tailed)	.314	.323	.767	.224	.000
	N	208	208	208	208	208
Q3	Pearson Correlation	.265**	.401**	.385**	.400**	.598**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208
Q4	Pearson Correlation	-.009	.037	.055	.102	.509**
	Sig. (2-tailed)	.900	.594	.430	.142	.000
	N	208	208	208	208	208

		Correlations									
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11
Q6	Pearson Correlation	.119	-.059	.224**	-.041	1	.090	.188**	.102	.146*	.227**
	Sig. (2-tailed)	.086	.400	.001	.556		.194	.006	.141	.035	.001
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q7	Pearson Correlation	.430**	.045	.379**	.097	.090	1	.225**	.339**	.173*	.327**
	Sig. (2-tailed)	.000	.520	.000	.161	.194		.001	.000	.012	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q8	Pearson Correlation	.326**	-.058	.454**	-.041	.188**	.225**	1	.279**	.053	.336**
	Sig. (2-tailed)	.000	.409	.000	.556	.006	.001		.000	.448	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q9	Pearson Correlation	.199**	.031	.434**	.076	.102	.339**	.279**	1	.278**	.540**
	Sig. (2-tailed)	.004	.653	.000	.274	.141	.000	.000		.000	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q10	Pearson Correlation	.079	.313**	.170*	.324**	.146*	.173*	.063	.278**	1	.240**
	Sig. (2-tailed)	.257	.000	.014	.000	.035	.012	.448	.000		.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q11	Pearson Correlation	.391**	.058	.488**	.128	.227**	.327**	.336**	.540**	.240**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.408	.000	.065	.001	.000	.000	.000	.000	
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q12	Pearson Correlation	.005	.462**	.068	.511**	-.064	.016	-.128	.089	.430**	.068
	Sig. (2-tailed)	.945	.000	.327	.000	.356	.819	.066	.201	.000	.332
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208

Page 4

		Correlations									
		Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	Q21
Q6	Pearson Correlation	-.064	.193**	.230**	.196**	-.041	.175*	.149*	.170*	-.027	.205**
	Sig. (2-tailed)	.356	.005	.001	.005	.556	.011	.032	.014	.693	.003
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q7	Pearson Correlation	.016	.351**	-.066	.416**	.115	.349**	.318**	.296**	-.010	.400**
	Sig. (2-tailed)	.819	.000	.341	.000	.097	.000	.000	.000	.882	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q8	Pearson Correlation	-.128	.409**	-.137*	.395**	-.082	.435**	.297**	.317**	-.105	.411**
	Sig. (2-tailed)	.066	.000	.048	.000	.242	.000	.000	.000	.131	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q9	Pearson Correlation	.089	.410**	.006	.416**	.170*	.319**	.370**	.259**	.031	.462**
	Sig. (2-tailed)	.201	.000	.934	.000	.014	.000	.000	.000	.659	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q10	Pearson Correlation	.430**	.127	.290**	.165*	.411**	.147*	.189**	.026	.247**	.212**
	Sig. (2-tailed)	.000	.068	.000	.017	.000	.035	.006	.707	.000	.002
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q11	Pearson Correlation	.068	.514**	.064	.431**	.197**	.436**	.379**	.319**	.060	.507**
	Sig. (2-tailed)	.332	.000	.368	.000	.004	.000	.000	.000	.388	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q12	Pearson Correlation	1	.063	.440**	.006	.506**	-.014	-.036	.056	.525**	.110
	Sig. (2-tailed)		.363	.000	.931	.000	.844	.607	.419	.000	.114
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208

Page 5



		Correlations				
		Q22	Q23	Q24	Q25	Gamification
Q6	Pearson Correlation	.074	.130	.124	.202**	.306**
	Sig. (2-tailed)	.288	.061	.074	.003	.000
	N	208	208	208	208	208
Q7	Pearson Correlation	.352**	.389**	.432**	.286**	.489**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208
Q8	Pearson Correlation	.387**	.346**	.298**	.376**	.402**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208
Q9	Pearson Correlation	.284**	.435**	.356**	.390**	.549**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208
Q10	Pearson Correlation	.079	.139*	.154*	.180**	.538**
	Sig. (2-tailed)	.268	.045	.026	.009	.000
	N	208	208	208	208	208
Q11	Pearson Correlation	.333**	.386**	.377**	.486**	.628**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208
Q12	Pearson Correlation	-.016	.055	.081	.060	.467**
	Sig. (2-tailed)	.819	.431	.246	.387	.000
	N	208	208	208	208	208

Page 6

		Correlations									
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11
Q13	Pearson Correlation	.482**	-.008	.463**	-.022	.193**	.351**	.409**	.410**	.127	.514**
	Sig. (2-tailed)	.000	.905	.000	.757	.005	.000	.000	.000	.068	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q14	Pearson Correlation	.141*	.287**	.051	.291**	.230**	-.066	-.137*	.006	.290**	.064
	Sig. (2-tailed)	.042	.000	.467	.000	.001	.341	.048	.934	.000	.358
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q15	Pearson Correlation	.334**	.068	.457**	.073	.196**	.416**	.395**	.416**	.165*	.431**
	Sig. (2-tailed)	.000	.329	.000	.293	.005	.000	.000	.000	.017	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q16	Pearson Correlation	.112	.639**	.066	.607**	-.041	.115	-.082	.170*	.411**	.197**
	Sig. (2-tailed)	.107	.000	.345	.000	.556	.097	.242	.014	.000	.004
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q17	Pearson Correlation	.370**	-.062	.516**	.005	.175*	.349**	.435**	.319**	.147*	.436**
	Sig. (2-tailed)	.000	.370	.000	.941	.011	.000	.000	.000	.035	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q18	Pearson Correlation	.223**	.074	.332**	.162*	.149*	.318**	.297**	.370**	.189**	.379**
	Sig. (2-tailed)	.001	.286	.000	.020	.032	.000	.000	.000	.006	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q19	Pearson Correlation	.307**	.074	.335**	.064	.170*	.296**	.317**	.259**	.026	.319**
	Sig. (2-tailed)	.000	.286	.000	.359	.014	.000	.000	.000	.707	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208

Page 7

		Correlations									
		Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	Q21
Q13	Pearson Correlation	.063	1	.211**	.367**	.149*	.420**	.298**	.298**	.021	.464**
	Sig. (2-tailed)	.363		.002	.000	.031	.000	.000	.000	.788	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q14	Pearson Correlation	.440**	.211**	1	.034	.343**	.004	-.062	.016	.239**	.024
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.826	.000	.954	.375	.822	.001	.730
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q15	Pearson Correlation	.006	.367**	.034	1	.198**	.487**	.311**	.321**	-.007	.523**
	Sig. (2-tailed)	.931	.000	.626		.004	.000	.000	.000	.922	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q16	Pearson Correlation	.506**	.149*	.343**	.198**	1	.064	.054	.180**	.558**	.121
	Sig. (2-tailed)	.000	.031	.000	.004		.355	.440	.009	.000	.081
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q17	Pearson Correlation	-.014	.420**	.004	.487**	.064	1	.186**	.329**	-.057	.414**
	Sig. (2-tailed)	.844	.000	.954	.000	.355		.007	.000	.413	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q18	Pearson Correlation	-.036	.298**	-.062	.311**	.054	.186**	1	.110	.006	.270**
	Sig. (2-tailed)	.607	.000	.375	.000	.440	.007		.115	.933	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q19	Pearson Correlation	.056	.298**	.016	.321**	.180**	.329**	.110	1	.171*	.413**
	Sig. (2-tailed)	.419	.000	.822	.000	.009	.000	.115		.014	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208

Page 8

		Correlations				
		Q22	Q23	Q24	Q25	Gamification
Q13	Pearson Correlation	.363**	.468**	.383**	.400**	.577**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208
Q14	Pearson Correlation	-.025	-.053	.002	-.030	.373**
	Sig. (2-tailed)	.721	.446	.973	.671	.000
	N	208	208	208	208	208
Q15	Pearson Correlation	.334**	.499**	.345**	.504**	.579**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208
Q16	Pearson Correlation	.114	.177*	.128	.208**	.585**
	Sig. (2-tailed)	.101	.010	.065	.003	.000
	N	208	208	208	208	208
Q17	Pearson Correlation	.368**	.316**	.433**	.394**	.502**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208
Q18	Pearson Correlation	.277**	.341**	.288**	.387**	.441**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208
Q19	Pearson Correlation	.326**	.319**	.442**	.309**	.485**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208

Page 9



		Correlations									
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11
Q20	Pearson Correlation	.003	.604**	.048	.560**	-.027	-.010	-.105	.031	.247**	.060
	Sig. (2-tailed)	.963	.000	.493	.000	.693	.882	.131	.659	.000	.388
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q21	Pearson Correlation	.399**	.078	.504**	.115	.205**	.400**	.411**	.462**	.212**	.507**
	Sig. (2-tailed)	.000	.260	.000	.099	.003	.000	.000	.000	.002	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q22	Pearson Correlation	.399**	-.070	.265**	-.009	.074	.352**	.387**	.284**	.079	.333**
	Sig. (2-tailed)	.000	.314	.000	.900	.288	.000	.000	.000	.258	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q23	Pearson Correlation	.253**	.069	.401**	.037	.130	.389**	.346**	.435**	.139*	.386**
	Sig. (2-tailed)	.000	.323	.000	.594	.061	.000	.000	.000	.045	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q24	Pearson Correlation	.391**	-.021	.385**	.055	.124	.432**	.298**	.356**	.154*	.377**
	Sig. (2-tailed)	.000	.767	.000	.430	.074	.000	.000	.000	.026	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q25	Pearson Correlation	.289**	.085	.400**	.102	.202**	.286**	.376**	.390**	.180**	.486**
	Sig. (2-tailed)	.000	.224	.000	.142	.003	.000	.000	.000	.009	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Gamification	Pearson Correlation	.480**	.461**	.598**	.509**	.306**	.489**	.402**	.549**	.538**	.628**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208

Page 10

		Correlations									
		Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	Q21
Q20	Pearson Correlation	.525**	.021	.239**	-.007	.558**	-.057	.006	.171*	1	.034
	Sig. (2-tailed)	.000	.768	.001	.922	.000	.413	.933	.014		.623
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q21	Pearson Correlation	.110	.464**	.024	.523**	.121	.414**	.270**	.413**	.034	1
	Sig. (2-tailed)	.114	.000	.730	.000	.081	.000	.000	.000	.623	
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q22	Pearson Correlation	-.016	.363**	-.025	.334**	.114	.368**	.277**	.326**	-.107	.287**
	Sig. (2-tailed)	.819	.000	.721	.000	.101	.000	.000	.000	.123	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q23	Pearson Correlation	.055	.468**	-.053	.499**	.177*	.316**	.341**	.319**	.076	.448**
	Sig. (2-tailed)	.431	.000	.446	.000	.010	.000	.000	.000	.278	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q24	Pearson Correlation	.081	.383**	.002	.345**	.128	.433**	.288**	.442**	.003	.408**
	Sig. (2-tailed)	.246	.000	.973	.000	.065	.000	.000	.000	.968	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Q25	Pearson Correlation	.060	.400**	-.030	.504**	.208**	.394**	.387**	.309**	.073	.444**
	Sig. (2-tailed)	.387	.000	.671	.000	.003	.000	.000	.000	.294	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208
Gamification	Pearson Correlation	.467**	.577**	.373**	.579**	.585**	.502**	.441**	.485**	.434**	.615**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208	208	208	208	208	208

Page 11



		Correlations				
		Q22	Q23	Q24	Q25	Gamification
Q20	Pearson Correlation	-.107	.076	.003	.073	.434**
	Sig. (2-tailed)	.123	.278	.968	.294	.000
	N	208	208	208	208	208
Q21	Pearson Correlation	.287**	.448**	.408**	.444**	.615**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208
Q22	Pearson Correlation	1	.236**	.433**	.433**	.427**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208
Q23	Pearson Correlation	.236**	1	.245**	.468**	.528**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208
Q24	Pearson Correlation	.433**	.245**	1	.240**	.513**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	208	208	208	208	208
Q25	Pearson Correlation	.433**	.468**	.240**	1	.574**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	208	208	208	208	208
Gamification	Pearson Correlation	.427**	.528**	.513**	.574**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	208	208	208	208	208

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Page 12

Lampiran 8. Uji Validitas Variabel Y

```
GET
FILE='F:\Skripsi GamUX\Skripsi\SKRIPSI\Instrument\Pengolahan Data\DATA X dan Y.sav'.
DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.
CORRELATIONS
/VARIABLES=Q1 Q2 Q3 Q4 Q5 Q6 Q7 Q8 Q9 Q10 Q11 Q12 Q13 Q14 Q15 Q16 Q17 Q18 Q19 Q20 Q2
1 Q22 Q23 Q24
Q25 Q26 TOTAL_X
/PRINT=TWOTAIL NOSIG FULL
/MISSING=PAIRWISE.

CORRELATIONS
/VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 Y7 Y8 Y9 Y10 TOTAL_Y
/PRINT=TWOTAIL NOSIG FULL
/MISSING=PAIRWISE.
```

Correlations

Notes		
Output Created		27-APR-2025 21:08:20
Comments		
Input	Data	F:\Skripsi GamUX\Skripsi\SKRIPSI\Instrument\Pengolahan Data\DATA X dan Y.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	208
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax	CORRELATIONS /VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 Y7 Y8 Y9 Y10 TOTAL_Y /PRINT=TWOTAIL NOSIG FULL /MISSING=PAIRWISE.	
Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,02

Page 1

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
Y1	Pearson Correlation	1	.229**	.455**	.007	.434**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.924	.000
	N	208	208	208	208	208
Y2	Pearson Correlation	.229**	1	.206**	.371**	.111
	Sig. (2-tailed)	.001		.003	.000	.110
	N	208	208	208	208	208
Y3	Pearson Correlation	.455**	.206**	1	.118	.494**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003		.091	.000
	N	208	208	208	208	208
Y4	Pearson Correlation	.007	.371**	.118	1	.084
	Sig. (2-tailed)	.924	.000	.091		.229
	N	208	208	208	208	208
Y5	Pearson Correlation	.434**	.111	.494**	.084	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.110	.000	.229	
	N	208	208	208	208	208
Y6	Pearson Correlation	.156*	.435**	.185**	.438**	.182**
	Sig. (2-tailed)	.025	.000	.008	.000	.008
	N	208	208	208	208	208
Y7	Pearson Correlation	.519**	.223**	.538**	.062	.499**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.375	.000
	N	208	208	208	208	208
Y8	Pearson Correlation	.056	.358**	.154*	.286**	-.013
	Sig. (2-tailed)	.421	.000	.026	.000	.853
	N	208	208	208	208	208
Y9	Pearson Correlation	.438**	.117	.417**	.046	.422**
	Sig. (2-tailed)	.000	.092	.000	.513	.000
	N	208	208	208	208	208
Y10	Pearson Correlation	.002	.319**	.008	.319**	.043
	Sig. (2-tailed)	.982	.000	.913	.000	.540
	N	208	208	208	208	208
User Experience	Pearson Correlation	.518**	.657**	.564**	.539**	.504**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208

Correlations

		Y6	Y7	Y8	Y9	Y10
Y1	Pearson Correlation	.156 [*]	.519 ^{**}	.056	.438 ^{**}	.002
	Sig. (2-tailed)	.025	.000	.421	.000	.982
	N	208	208	208	208	208
Y2	Pearson Correlation	.435 ^{**}	.223 ^{**}	.358 ^{**}	.117	.319 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.092	.000
	N	208	208	208	208	208
Y3	Pearson Correlation	.185 ^{**}	.538 ^{**}	.154 [*]	.417 ^{**}	.008
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.026	.000	.913
	N	208	208	208	208	208
Y4	Pearson Correlation	.438 ^{**}	.062	.286 ^{**}	.046	.319 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.375	.000	.513	.000
	N	208	208	208	208	208
Y5	Pearson Correlation	.182 ^{**}	.499 ^{**}	-.013	.422 ^{**}	.043
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.853	.000	.540
	N	208	208	208	208	208
Y6	Pearson Correlation	1	.177 [*]	.322 ^{**}	.161 [*]	.202 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.010	.000	.020	.003
	N	208	208	208	208	208
Y7	Pearson Correlation	.177 [*]	1	.061	.331 ^{**}	.000
	Sig. (2-tailed)	.010		.382	.000	.996
	N	208	208	208	208	208
Y8	Pearson Correlation	.322 ^{**}	.061	1	.069	.543 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.382		.324	.000
	N	208	208	208	208	208
Y9	Pearson Correlation	.161 [*]	.331 ^{**}	.069	1	-.083
	Sig. (2-tailed)	.020	.000	.324		.236
	N	208	208	208	208	208
Y10	Pearson Correlation	.202 ^{**}	.000	.543 ^{**}	-.083	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.996	.000	.236	
	N	208	208	208	208	208
User Experience	Pearson Correlation	.818 ^{**}	.537 ^{**}	.591 ^{**}	.443 ^{**}	.527 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	208	208	208	208	208

Correlations

		User Experience
Y1	Pearson Correlation	.518 **
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	208
Y2	Pearson Correlation	.657 **
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	208
Y3	Pearson Correlation	.564 **
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	208
Y4	Pearson Correlation	.539 **
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	208
Y5	Pearson Correlation	.504 **
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	208
Y6	Pearson Correlation	.618 **
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	208
Y7	Pearson Correlation	.537 **
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	208
Y8	Pearson Correlation	.591 **
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	208
Y9	Pearson Correlation	.443 **
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	208
Y10	Pearson Correlation	.527 **
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	208
User Experience	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	208

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 9. Uji Reliabilitas

```

RELIABILITY
/VARIABLES=TOTAL_X TOTAL_Y
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

```

RELIABILITY
/VARIABLES=Q1 Q2 Q3 Q4 Q5 Q6 Q7 Q8 Q9 Q10 Q11 Q12 Q13 Q14 Q15 Q16 Q17 Q18 Q19 Q20 Q21 Q22 Q23 Q24
Q25 Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 Y7 Y8 Y9 Y10
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	208	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	208	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.894	34

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	138.6683	221.189	.449	.891
Q2	139.0288	216.250	.420	.891
Q3	138.6683	219.054	.533	.890
Q4	138.9519	214.780	.480	.890
Q6	139.0337	221.405	.247	.895
Q7	138.7933	220.416	.428	.891
Q8	138.8077	223.132	.309	.893
Q9	138.7356	219.152	.461	.890
Q10	139.7067	210.778	.430	.892
Q11	138.8029	216.864	.530	.889
Q12	139.1827	214.701	.388	.892
Q13	138.6827	219.773	.510	.890
Q14	139.5000	215.758	.310	.895
Q15	138.7212	218.907	.513	.890
Q16	138.9712	211.304	.555	.888
Q17	138.7163	220.291	.441	.891

Q18	138.8269	220.530	.372	.892
Q19	138.9183	219.264	.431	.891
Q20	139.3077	214.301	.368	.893
Q21	138.7452	216.886	.574	.889
Q22	138.8221	222.244	.364	.892
Q23	138.9567	219.607	.466	.890
Q24	138.8221	219.645	.450	.891
Q25	138.7885	218.767	.501	.890
Y1	138.7356	217.809	.546	.889
Y2	139.0769	213.482	.511	.889
Y3	138.6394	218.077	.585	.889
Y4	138.9327	220.537	.336	.892
Y5	138.7404	219.324	.496	.890
Y6	138.9279	218.038	.405	.891
Y7	138.7163	219.122	.489	.890
Y8	139.0673	217.764	.369	.892
Y9	138.6971	219.159	.514	.890
Y10	139.2740	218.857	.285	.894

Lampiran 10. Uji Normalitas

```
EXAMINE VARIABLES=TOTAL_X TOTAL_Y
/PLOT BOXPLOT STEMLEAF NPLOT
/COMPARE GROUPS
/STATISTICS DESCRIPTIVES
/CINTERVAL 95
/MISSING LISTWISE
/NOTOTAL.
```

Explore

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Gamification	208	100.0%	0	0.0%	208	100.0%
User Experience	208	100.0%	0	0.0%	208	100.0%

Descriptives

		Statistic	Std. Error
Gamification	Mean	100.7260	.76439
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	99.2190
		Upper Bound	102.2330
	5% Trimmed Mean	101.9647	
	Median	104.0000	
	Variance	121.533	
	Std. Deviation	11.02421	
	Minimum	43.00	
	Maximum	117.00	
	Range	74.00	
	Interquartile Range	11.00	
	Skewness	-2.324	.169
	Kurtosis	7.726	.336
User Experience	Mean	42.3942	.34931
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	41.7056
		Upper Bound	43.0829
	5% Trimmed Mean	42.8942	
	Median	44.0000	
	Variance	25.380	
	Std. Deviation	5.03786	
	Minimum	15.00	

Descriptives

		Statistic	Std. Error
	Maximum	50.00	
	Range	35.00	
	Interquartile Range	4.00	
	Skewness	-2.069	.169
	Kurtosis	6.191	.336

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Gamification	.152	208	.000	.799	208	.000
User Experience	.197	208	.000	.819	208	.000

a. Lilliefors Significance Correction

Gamification

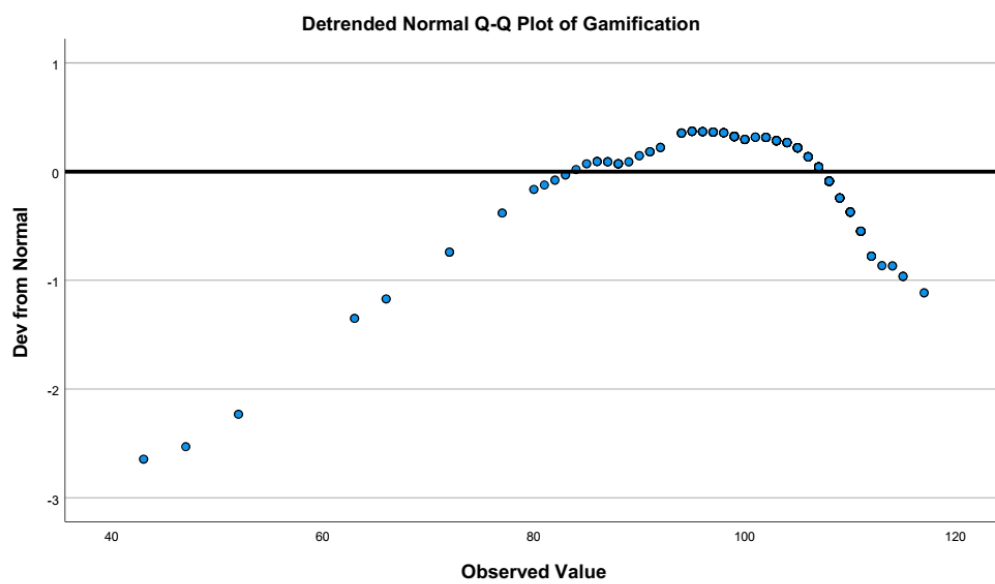
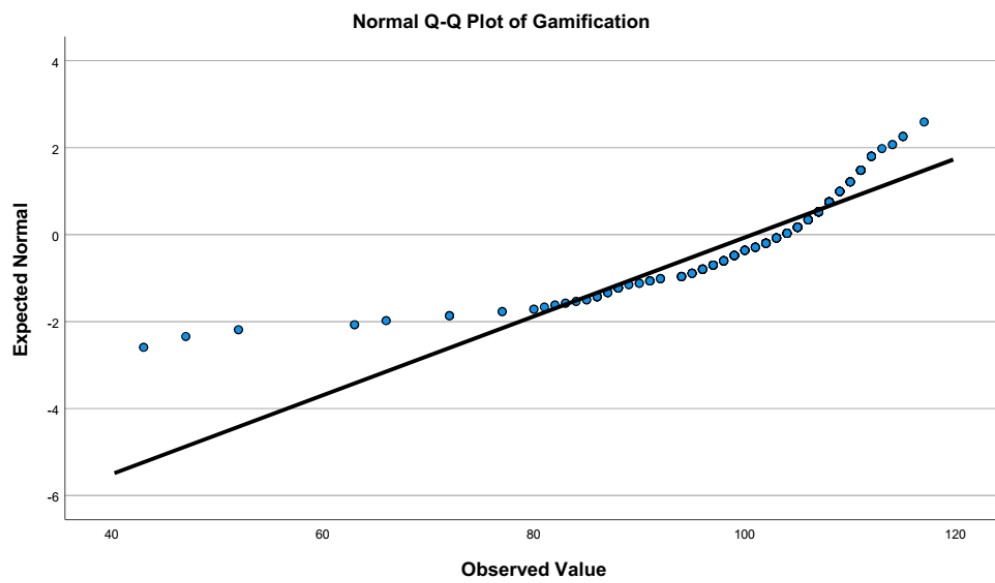
Gamification Stem-and-Leaf Plot

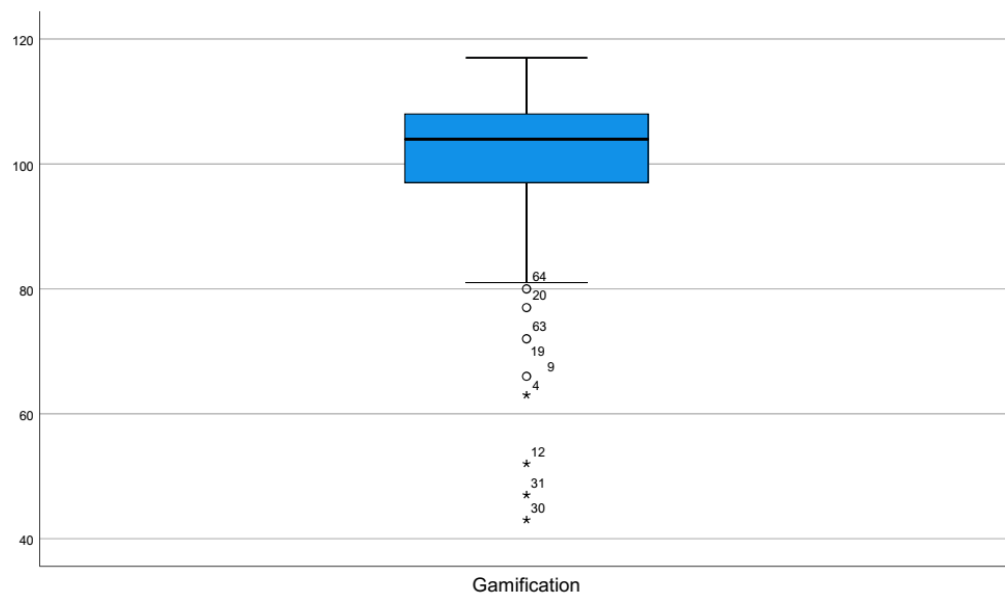
```

Frequency      Stem & Leaf

          9,00 Extremes      (= <80)
          1,00      8 . 1
          2,00      8 . 23
          2,00      8 . 45
          6,00      8 . 666777
          6,00      8 . 888889
          5,00      9 . 00111
          2,00      9 . 22
          8,00      9 . 4445555
         12,00      9 . 66666677777
         18,00      9 . 88888889999999999
         11,00     10 . 0000001111
         20,00     10 . 22222222233333333
         23,00     10 . 4444444455555555555
         28,00     10 . 66666666666667777777777
         28,00     10 . 88888888888888999999999
         18,00     11 . 00000001111111111
           5,00     11 . 22223
           3,00     11 . 455
           1,00     11 . 7

Stem width:      10,00
Each leaf:       1 case(s)
  
```



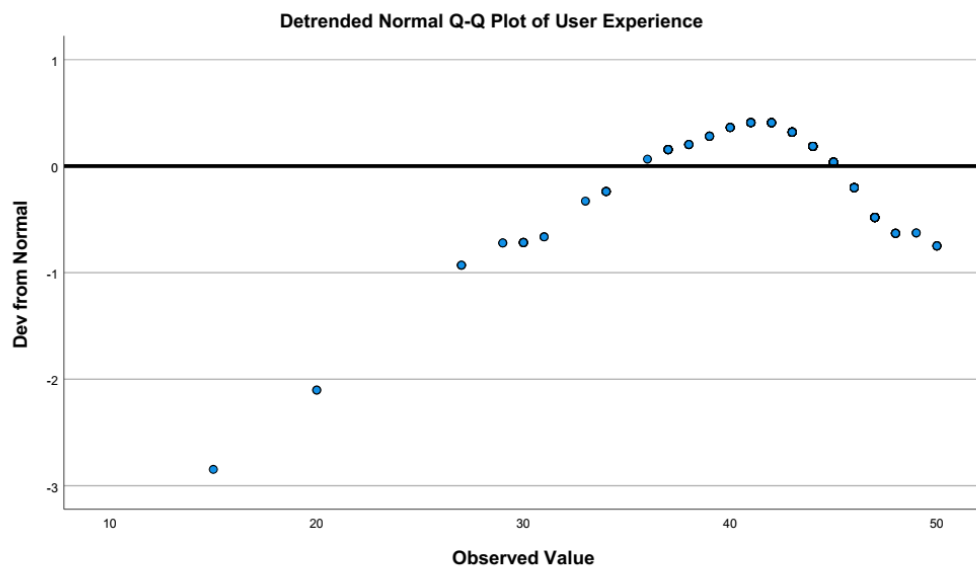
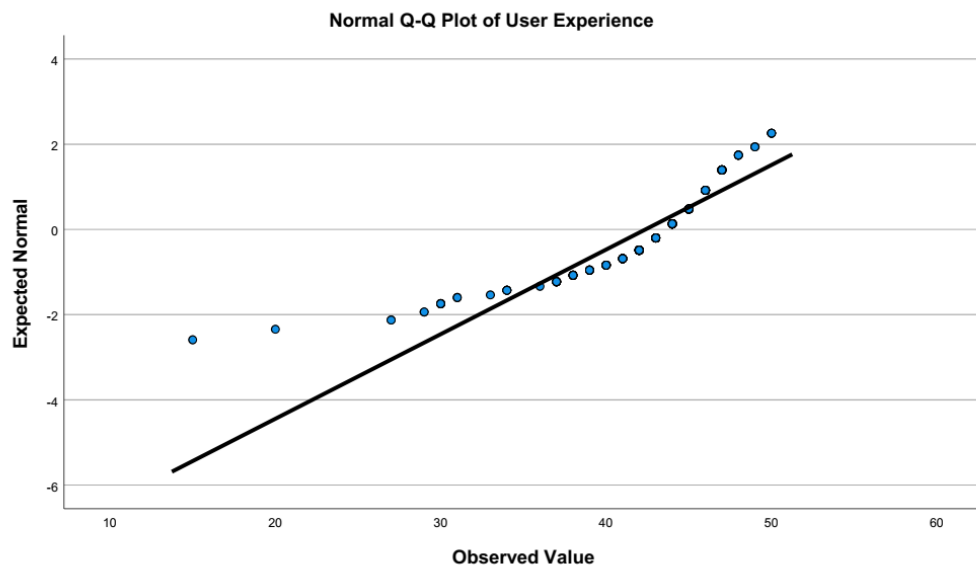


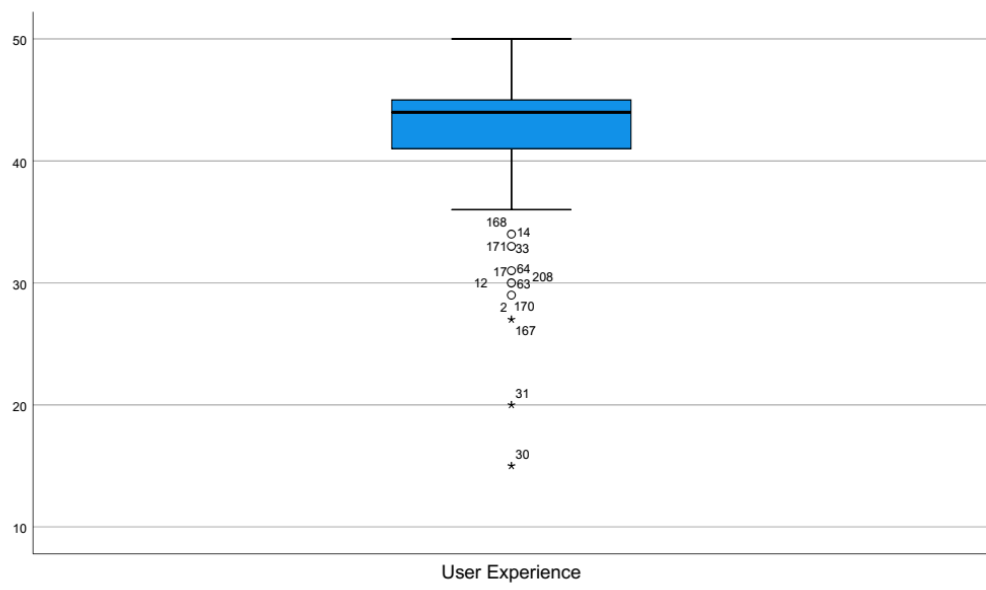
User Experience

User Experience Stem-and-Leaf Plot

Frequency	Stem &	Leaf
18,00	Extremes	(=<34,0)
1,00	36	. 0
7,00	37	. 0000000
6,00	38	. 000000
6,00	39	. 000000
7,00	40	. 0000000
12,00	41	. 000000000000
16,00	42	. 0000000000000000
29,00	43	. 000000000000000000000000000000
26,00	44	. 0000000000000000000000000000
29,00	45	. 000000000000000000000000000000
28,00	46	. 0000000000000000000000000000
13,00	47	. 00000000000000
4,00	48	. 0000
2,00	49	. 00
4,00	50	. 0000

Stem width: 1,00
Each leaf: 1 case(s)





Lampiran 11. Uji *Wilcoxon*

```

NPAR TESTS
  /WILCOXON=TOTAL_X WITH TOTAL_Y (PAIRED)
  /MISSING ANALYSIS.

```

NPar Tests

Notes		
Output Created	27-APR-2025 22:29:44	
Comments		
Input	Data	F:\Skripsi GamUX\Skripsi\SKRIPSI\Instrument\Pengolahan Data\DATA X dan Y.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	208
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable (s) used in that test.
Syntax	NPAR TESTS /WILCOXON=TOTAL_X WITH TOTAL_Y (PAIRED)...	
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,01
	Number of Cases Allowed ^a	449389

a. Based on availability of workspace memory.

Wilcoxon Signed Ranks Test

Ranks				
		N	Mean Rank	Sum of Ranks
User Experience - Gamification	Negative Ranks	208 ^a	104.50	21736.00
	Positive Ranks	0 ^b	.00	.00
	Ties	0 ^c		
	Total	208		

a. User Experience < Gamification

b. User Experience > Gamification

c. User Experience = Gamification

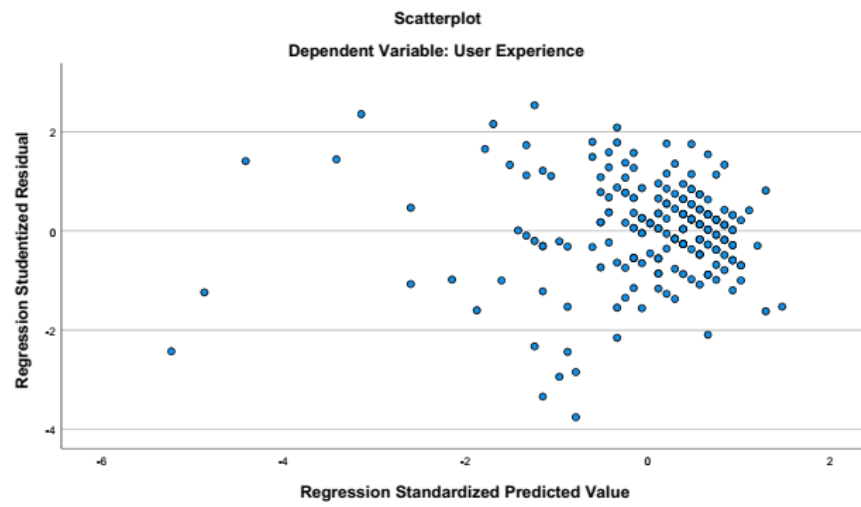
Test Statistics^a

User Experience - Gamification	
Z	-12.511 ^b
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

a. Wilcoxon Signed Ranks Test

b. Based on positive ranks.

Lampiran 12. Uji *Heteroskedastisitas Scatterplot*



Lampiran 13. Uji ANOVA dan Model Summary

```

REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT TOTAL_Y
/METHOD=ENTER TOTAL_X
/SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED) .

```

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Gamification ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: User Experience

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.755 ^a	.571	.569	3.30860

a. Predictors: (Constant), Gamification

b. Dependent Variable: User Experience

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2998.619	1	2998.619	273.925	.000 ^b
	Residual	2255.054	206	10.947		
	Total	5253.673	207			

a. Dependent Variable: User Experience

b. Predictors: (Constant), Gamification

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.619	2.114		3.605	.000
	Gamification	.345	.021	.755	16.551	.000

a. Dependent Variable: User Experience

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	22.4646	48.0128	42.3942	3.80606	208
Std. Predicted Value	-5.236	1.476	.000	1.000	208
Standard Error of Predicted Value	.229	1.226	.297	.130	208
Adjusted Predicted Value	23.6523	48.0908	42.3981	3.78658	208
Residual	-12.38163	8.34459	.00000	3.30060	208
Std. Residual	-3.742	2.522	.000	.998	208
Stud. Residual	-3.757	2.538	-.001	1.006	208
Deleted Residual	-12.47940	8.44848	-.00391	3.35502	208
Stud. Deleted Residual	-3.883	2.572	-.002	1.014	208
Mahal. Distance	.001	27.419	.995	3.077	208
Cook's Distance	.000	.469	.008	.037	208
Centered Leverage Value	.000	.132	.005	.015	208

a. Dependent Variable: User Experience

Charts



Lampiran 14. Raw Data Responden

Link: https://bit.ly/Raw_Data_SKRIPSI_Permana

