

Analisis Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Penggunaan Gamifikasi pada Mobile Payment dan Perancangan Gamifikasi Menggunakan Uses Gratification Theory (UGT) dan Design Science Research (DSR) = Analysis Factors Affecting customers Loyalty in Using Gamification on Mobile Payment and Design of Gamification Based on Uses Gratification Theory (UGT) and Design Science Research (DSR) Approach

Mutia Fadhila Putri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20511069&lokasi=lokal>

Abstrak

Gamifikasi telah diimplementasikan pada program loyalitas pengguna mobile payment di Indonesia. Namun penelitian yang secara spesifik membahas gamifikasi pada mobile payment di Indonesia belum banyak ditemukan. Saat ini penggunaan gamifikasi pada mobile payment masih terbatas dalam bentuk points dan rewards. Pada perjalannya, gamifikasi yang diterapkan mulai tidak sejalan dengan tujuannya. Para pengguna tidak merasakan keuntungan dan kepuasan dari penggunaan gamifikasi pada mobile payment. Penelitian ini akan mengeksplorasi faktor yang mempengaruhi penggunaan gamifikasi pada mobile payment, dan melakukan perancangan gamifikasi yang sesuai untuk mobile payment dengan berbasiskan Uses and Gratification Theory (UGT) dan pendekatan Design Science Research (DSR). Thematic analysis dilakukan untuk mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi penggunaan gamifikasi pada mobile payment. Setelah faktor diidentifikasi dilakukan confirmatory analysis dengan menggunakan metode structural equation modelling (SEM). Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa, enjoyment, passing time, ease of use, self-presentation, economic rewards, dan social interaction menjadi faktor yang berpengaruh terhadap penggunaan gamifikasi pada mobile payment. Faktor-faktor yang telah dikonfirmasi digunakan sebagai kriteria dan sub-kriteria pemilihan elemen gamifikasi yang dilakukan dengan teknik AHP-TOPSIS. Pengembangan prototipe dilakukan dan kemudian dievaluasi dengan kuesioner SUS yang memperoleh SUS score 84 dan Adjective Rating Good sehingga dapat disimpulkan bahwa prototipe yang dikembangkan dapat diterima, dimengerti dan memuaskan pengguna.

Gamification has been implemented in the mobile payment customer loyalty program. However, the research that investigates gamification explicitly on mobile payment in Indonesia is still hard to find. Currently, the use of gamification on mobile payments is still limited in the form of points and rewards. On its journey, the gamification applied is not in line with its purpose. Users do not feel the benefits and satisfaction of using gamification on mobile payments. This study will explore the factors that influence the use of gamification on mobile payments, and design gamification suitable for mobile payments based on Uses and Gratification Theory (UGT) and the Design Science Research (DSR) approach. Thematic analysis carried out to identify factors that influence the use of gamification on mobile payments. After the factors identified, a confirmatory analysis performed using the structural equation modeling (SEM) method. This study identified seven factors like enjoyment, passing time, ease of use, self-presentation, economic rewards, and social interaction that significantly influence the use of gamification on mobile payments. The factors that have been confirmed are then used as criteria and sub-criteria for selection game elements using the AHP-TOPSIS technique. The development of the prototype done and then evaluated using the SUS questionnaire,

which obtained SUS score 84 with Adjective Rating Good. Based on these results, it can be concluded that the prototype developed was acceptable, understood, and satisfying the user.</p>