

Analisis Implementasi Gamification Pada Aplikasi MyTelkomsel Terhadap Continuance Intention Pelanggan Telkomsel = Analysis of Gamification Implementation in MyTelkomsel Application Towards Telkomsel Customer's Continuance Intention

Muhammad Daffa Yudhistira Dwipayana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920535413&lokasi=lokal>

Abstrak

Aplikasi mobile menjadi salah satu produk digital yang banyak digunakan yang mana dapat membantu masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya. Maraknya penggunaan aplikasi mobile didukung dengan penggunaan smartphone yang terus meningkat, termasuk di Indonesia. Dengan fenomena ini, perusahaan melakukan berbagai strategi agar aplikasi yang mereka buat dapat terus digunakan oleh para pelanggan mereka, salah satunya adalah dengan mengimplementasikan gamifikasi. Gamifikasi merupakan implementasi elemen game yang melibatkan pelanggan pada aplikasi non-game untuk mencapai tujuan tertentu. Implementasi gamifikasi juga dilakukan pada aplikasi yang bergerak di bidang telekomunikasi, salah satunya adalah MyTelkomsel. Terdapat banyak penelitian yang sudah meneliti tentang unsur gamifikasi dalam aplikasi mobile, namun belum ada yang meneliti unsur gamifikasi dalam aplikasi MyTelkomsel secara spesifik. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti unsur gamifikasi dalam aplikasi MyTelkomsel, dan pengaruhnya terhadap keinginan pelanggan untuk terus menggunakan aplikasi tersebut. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM) dengan survei yang dibantu oleh tools berupa Google Form yang diisi oleh 309 responden yang valid. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa pelanggan cenderung lebih menyukai fitur Telkomsel Poin dibandingkan dengan Daily Check-In. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan faktor satisfaction, perceived usefulness, dan intrinsic motivation pelanggan Telkomsel memengaruhi continuance intention pelanggan secara signifikan dalam menggunakan aplikasi MyTelkomsel. Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan Telkomsel dalam membuat keputusan untuk melakukan improvisasi terhadap fitur gamifikasi dalam aplikasi MyTelkomsel.

.....

Mobile applications are one of the digital products that are widely used to help the community in carrying out their activities. The widespread use of mobile applications is supported by the increasing use of smartphones, including in Indonesia. With this phenomenon, companies carry out various strategies so that their customers can continue using the applications they create, one of which is by implementing gamification. Gamification is the implementation of game elements that involve customers in non-game applications to achieve certain goals. The implementation of gamification is also carried out in applications engaged in the telecommunications sector, one of which is MyTelkomsel. Many studies have examined the elements of gamification in mobile applications, but none have examined the elements of gamification in the MyTelkomsel application specifically. This study examines the gamification element in the MyTelkomsel application and its effect on customers' desire to continue using the application. This research was conducted using the Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) technique with a survey assisted by tools in the form of a Google Form filled in by 309 valid respondents. The results conducted by the research showed that Telkomsel's customers prefer the Telkomsel Poin feature more than the Daily Check-In feature.

The results also showed that Telkomsel customer's satisfaction, perceived usefulness, and intrinsic motivation significantly influences customer continuance intention in using the MyTelkomsel application. This research is expected to help Telkomsel companies in making decisions to improvise the gamification features in the MyTelkomsel application.