

**PENGARUH GAMIFIKASI SHOPEE TANAM
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA
ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

ATHENA APIK
NBI: 1152000235

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

**PENGARUH GAMIFIKASI SHOPEE TANAM
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA
ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata I
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

ATHENA APIK
NBI: 1152000235

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Athena Apik

NBI : 1152000235

**Judul : Pengaruh Gamifikasi Shopee Tanam Terhadap Perilaku
Konsumtif Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17
Agustus 1945 Surabaya**

Surabaya, 5 Juli 2024

Mengetahui

Disetujui Oleh

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dosen Pembimbing 1

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dra. Ayun Maduwanti, M.P.

NPP 20120870103



Dr. Teguh Priyo Sadono, M.Si

NPP 20150190816

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana pada tanggal 5 Juli 2024

Dewan Penguji :

1. Dr. Teguh Priyo Sadono, M.Si

Ketua

2. Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S.Sos., M.Med.Kom

Anggota

3. Muchamad Rizqi, S.I.Kom., M.Med.Kom

Anggota

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.

NPP 2012087010

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Athena Apik

NBI : 1152000235

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Gamifikasi Shopee Tanam Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang saya buat adalah benar benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 8 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



Athena Apik

NBI. 1152000235



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Athena Apik
NBI : 1152000235
Fakultaa : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, Saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul :

**“Peengaruh Gamifikasi Shopee Tanam Terhadap Perilaku Konsumtif
Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya”**

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam bentuk pangkatan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 08 Juli 2024

Yang Menyatakan,



(Athena Apik)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas kehadiran-Nya yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan ini, penulis mempersembahkan kepada:

1. Bapak Pudjiono dan Ibu Rosyidah Nur selaku ayah dan ibu penulis.
2. Keluarga besar yang telah memberikan doa, dukungan serta nasihat agar penulis dapat menyelesaikan pendidikan sarjana.
3. Athena Apik atau diri sendiri yang telah berjuang dan berhasil melawan rasa tidak percaya diri, khawatir dan malas sehingga dapat menyelesaikan pendidikan sarjana.
4. Teman-teman seperjuangan yang saling membantu dan menyemangati penulis selama proses pengerjaan skripsi ini.
5. Segenap sivitas akademika Perguruan Tinggi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang saya hormati.

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan” - (QS Al-Insyirah : 6)

“Live your life and be yourself, it’s gon’be alright bravo!” – Unknown

“ Even if you’re tired, the sun will rise again tomorrow” – Tomorrow, Seo Donghyun

ABSTRAK

Bidang teknologi digital sekarang terus memperlihatkan kemajuannya. Perkembangan dunia digital-pun akhirnya berdampak ke segala sektor, tak terkecuali sektor bisnis atau kini disebut *e-commerce*. Pada masa digital ini, masyarakat lebih gemar melakukan transaksi jual beli barang atau jasa melalui *e-commerce*. Seiring dengan tingginya minat masyarakat, platform *e-commerce* pun juga semakin banyak bermunculan salah satunya Shopee. Agar mampu bersaing, penyedia platform perlu memiliki keunikan. Shopee mengaplikasikan gamifikasi agar bisa menciptakan keunikan, salah satu produk gamifikasinya adalah shopee tanam. Menurut teori *uses and gratification*, pengguna akan memilih suatu platform berdasarkan kebutuhan mereka, kebutuhan pengguna *e-commerce* adalah potongan harga dan shopee tanam memenuhi kebutuhan itu. Namun, kemudian pengguna dihadapkan pada situasi dimana mereka tidak bisa mengontrol keinginan untuk membeli barang/jasa atau disebut perilaku konsumtif. Penelitian ini memiliki tujuan supaya mengetahui besarnya pengaruh dari gamifikasi Shopee Tanam terhadap perilaku konsumtif dengan menganalisis elemen-elemen dalam gamifikasi shopee. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode analisis regresi sederhana. Hasil dari penulisan ini menunjukkan bahwasanya gamifikasi Shopee Tanam berpengaruh terhadap perilaku konsumtif khususnya pada mahasiswa ilmu komunikasi UNTAG Surabaya.

Kata Kunci: Gamifikasi, Perilaku Konsumtif, dan Shopee.

ABSTRACT

The field of digital technology now continues to show progress. The development of the digital world has ultimately had an impact on all sectors, including the business sector or what is now called e-commerce. In today's digital era, people prefer to carry out buying and selling transactions for goods or services via e-commerce. In line with the high level of public interest, more and more e-commerce platforms are also emerging, one of which is Shopee. To be able to compete, platform providers need to be unique. Shopee applies gamification to create uniqueness, one of its gamification products is Shopee Planting. According to the uses and gratification theory, users will choose a platform based on their needs, e-commerce users' needs are price cuts and Shopee Plant fulfills that need. However, then users are faced with a situation where they cannot control their desire to buy goods/services, which is called consumer behavior. This research aims to determine the magnitude of the influence of Shopee Tanam gamification on consumer behavior by analyzing the elements in Shopee gamification. The method used is quantitative with a simple regression analysis method. The results of this paper show that Shopee Tanam gamification has an influence on consumer behavior, especially among UNTAG Surabaya communication science students.

Keywords: Gamification, Consumptive Behavior, and Shopee

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas Berkat dan RahmatNya penulis dapat menuntaskan Tugas Akhir ini dengan lancar dan baik dengan judul “PENGARUH GAMIFIKASI SHOPEE TANAM TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA”. Penulisan Tugas Akhir ini adalah syarat bagi penulis untuk memperoleh gelar Sarjana dari Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya pada Program Studi Ilmu Komunikasi. Tentunya penulis menyadari bahwa dalam penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Kendala yang dilalui oleh penulis terselesaikan berkat dukungan dan bimbingan. Penulis berharap agar laporan Tugas Akhir ini berguna untuk kita semua. Dan tidak lupa ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Drs. Ayun Maduwinarti M.P selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Bapak Mohammad Insan Romadham, S.I.Kom., M.Med.Kom selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi sekaligus Dosen Wali.
3. Bapak Teguh Priyo Sadono, Msi selaku Dosen Pembimbing I yang selalu mendukung, membimbing dan memberikan arahan yang baik kepada saya selama menyusun tugas akhir.
4. Ibu Herlina Kusumaningrum, Sos., MA selaku dosen pembimbing II yang ikut serta dalam membimbing dan memberikan arahan kepada saya selama proses penyelesaian tugas akhir.
5. Orang tua saya, kakak perempuan saya yang selalu memberikan dukungan melalui doa untuk menyelesaikan studi saya.
6. Teman-teman kuliah saya Jihan, Oni, Aris, Okta, Esther yang selalu menemani berkeluh kesah dan membangkitkan semangat lagi untuk lulus bersama.
7. Sahabat SMA saya Jihan Adzijah dan Amelya yang mendukung menasehati, dan memberi masukan saran ketika saya kesulitan untuk menyelesaikan Tugas Akhir.
8. Seluruh responden yang sudah mau mengisi kuisioner yang penulis berikan.

9. Terakhir tentunya terima kasih untuk diri saya sendiri yang sudah sanggup melangkah hingga sejauh ini, semoga usaha yang dilakukan akan berbuah baik dimasa depan.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu. Yang telah membantu proses pengerjaan tugas akhir ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi mahasiswa dan pihak-pihak terkait.

Surabaya, 19 Juni 2021

Athena Apik

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO.....	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	17
2.3 Hipotesis.....	17
2.4 Landasan Konseptual	18
2.4.1 Gamifikasi	18
2.4.2 New Media	19
2.4.2 Perilaku Konsumtif	23
2.5 Definisi Operasional.....	25
2.5.1 Gamifikasi di Shopee	25
2.5.2 Perilaku Konsumtif	25
2.6 Kerangka Berfikir.....	27
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	29

3.1	Pendekatan Penelitian	29
3.2	Jenis Penelitian.....	29
3.3	Populasi dan Sampel	29
3.3.1	Populasi	29
3.3.2	Sampel.....	29
3.4	Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	30
3.4.1	Validitas Data.....	31
3.4.2	Reabilitas Data	31
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.6	Teknik Analisis Data.....	32
3.7	Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Linieritas, Uji Heterokedastisitas).....	32
3.7.1	Uji Normalitas	32
3.7.2	Uji Linieritas	32
3.7.3	Uji Heterokedastisitas	33
3.8	Analisis Regresi Sederhana.....	33
3.9	Uji Hipotesis.....	33
3.9.1	Uji T	33
3.10	Uji Kolerasi	34
3.11	Uji Determinasi	34
3.12	Definisi Konseptual dan Operasional Variabel	34
3.12.1	Definisi Konseptual.....	34
3.12.2	Definisi Operasional Variabel.....	36
BAB 4 HASIL PENELITIAN.....		45
4.1	Gambaran Objek Penelitian	45
4.1.1	Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.....	48
4.1.2	Ilmu Komunikasi.....	48
4.2	Penyajian Data.....	49
4.2.1	Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.2.2	Demografi Resonden Berdasarkan Semester	49
4.3	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian	50
4.3.1	Uji Validitas	50

4.3.2	Uji Reabilitas.....	51
4.4	Hasil Uji Instrumen	51
4.5	Hasil Uji Normalitas, Uji Heterokedasitas, Uji Linieritas.....	58
4.4.1	Hasil Uji Normalitas.....	58
4.5.2	Hasil Uji Linieritas	59
4.5.3	Hasil Uji Heterokedastisitas	59
4.6	Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana	60
4.7	Hasil Uji Hipotesis	60
4.7.1	.Uji T	60
4.8	Hasil Uji Kolerasi.....	61
4.9	Hasil Uji Determinasi.....	61
4.10	Pembahasan Hasil Penelitian	62
BAB 5 PENUTUP.....		63
5.1	Kesimpulan	63
5.2	Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....		65

DAFTAR TABEL

Table 2.1 Penelitian Terdahulu	9
Table 3.1 Skala Pengukuran.....	30
Table 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	36
Table 3.3 Kuisisioner	40
Table 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Table 4.2 Responden Berdasarkan Semester	49
Table 4.3 Hasil Uji Validitas.....	50
Table 4.4 Hasil Uji Reabilitas	51
Table 4.5 Hasil Uji Normalitas	58
Table 4.6 Hasil Uji Linieritas	59
Table 4.7 Hasil Uji Heterokedastisitas	59
Table 4.8 Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana	60
Table 4.9 Hasil Uji T.....	61
Table 4.10 Hasil Uji Kolerasi.....	61
Table 4.11 Hasil Uji Determinasi.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peringkat Negara Pengguna Internet Terbanyak	1
Gambar 1.2 Peringkat Negara dengan Pengguna E-commerce Terbanyak	2
Gambar 1.3 Peringkat Platform Belanja Online dengan Pengunjung Terbesar	3
Gambar 1.4 Macam-Macam Shopee Tanam.....	4
Gambar 4.1 Logo Shopee.....	45
Gambar 4.2 Fitur Kategori Shopee	46
Gambar 4.3 Shopee Tanam	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Validitas Gamifikasi	69
Lampiran 2 Uji Validitas Perilaku Konsumtif	70
Lampiran 3 Uji Reabilitas Gamifikasi dan Perilaku Konsumtif	71
Lampiran 4 Uji Normalitas	71
Lampiran 5 Uji Linieritas	71
Lampiran 6 Uji Kolerasi.....	72
Lampiran 7 Uji Heterokedasitas	72
Lampiran 8 Uji Regresi Sederhana	72
Lampiran 9 Uji T.....	73
Lampiran 10 Uji Determinasi.....	73
Lampiran 11 Lembar Bimbingan Skripsi.....	74
Lampiran 12 Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 1	76
Lampiran 13 Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 2	77
Lampiran 14 Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 3	78
Lampiran 15 Hasil Turnitin.....	79